



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS

CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO GERENCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

**“ELABORAR UN MANUAL DE RELACIONES HUMANAS
PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL
MINISTERIO DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL DE
COTOPAXI; PERIODO 2010 - 2011”**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Licenciada en Secretariado
Ejecutivo Gerencial

Autoras:

Comina Ríos Alba Rocío

Guamán Cevallos Jenny Beatriz

DIRECTOR:

MSc. Chiguano Umajinga Nelson Rodrigo

Latacunga – Ecuador

Mayo 2011

AUTORIA DE TESIS

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación **“ELABORAR UN MANUAL DE RELACIONES HUMANAS PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL MINISTERIO DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL DE COTOPAXI. PERIODO 2010 – 2011”** son originales, personales, y de exclusiva responsabilidad legal y académica de las autoras.

Alba Rocío Comina Ríos
C.I. 050310629-6

Jenny Beatriz Guamán Cevallos
C.I. 050255839-8

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema: **“ELABORAR UN MANUAL DE RELACIONES HUMANAS PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL MINISTERIO DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL DE COTOPAXI.” PERIODO 2010–2011**”, de las señoritas Alba Rocío Comina Ríos y Jenny Beatriz Guamán Cevallos, egresadas de la Carrera de Secretariado Ejecutivo Gerencial, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Grado, que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Mayo del 2011.

El Director

Lic. Msc. Nelson Rodrigo Chiguano Umajinga

AGRADECIMIENTO

Al haber concluido con este trabajo investigativo, hacemos nuestro más efusivo y sincero agradecimiento en especial a nuestro Dios por dar la oportunidad de ver la luz y conocer lo hermoso de su creación, al Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi, por ser los anfitriones de esta investigación, a la Universidad Técnica de Cotopaxi, a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas, por el cumulo de valores y conocimientos que nos brindaron para culminar nuestra carrera profesional.

Alba Comina

Jenny Guamán

DEDICATORIA

Luego de culminar nuestra meta nos es muy grato y placentero dedicarle a Dios y con especial abnegación a los forjadores de nuestro porvenir quienes día a día supieron brindarnos el apoyo incondicional, sincero y fecundo, a ellos está dedicado este trabajo, quienes con su apoyo y el sacrificio pudieron entregarnos una de las más grandes herencias, nuestra profesión.

Nuestro corazón se llena de alegría y satisfacción al poder consagrar esta humilde labor a estos seres maravillosos que merecen toda nuestra admiración pues supieron guiarnos en todo momento, brindarnos la mano del amigo sincero en las alegrías, las tristezas, y a la vez la valentía de seguir adelante con el entusiasmo del primer minuto.

Con mucho cariño a ustedes los seres más especiales nuestros Padres.

Alba Comina

Jenny Guamán

ÍNDICE

PAGINAS PRELIMINARES	PAG.
PORTADA O TÍTULO.....	i
AUTORÍA DE TESIS.....	ii
AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
ÍNDICE.....	vi
RESUMEN.....	viii
SUMMARY.....	ix
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.	3
1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	3
1.1.ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	3
1.2.CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.....	5
1.3.MARCO TEÓRICO	5
1.3.1. ADMINISTRACIÓN	5
1.4. RELACIONES HUMANAS.....	11
1.5. RELACIONES PÚBLICAS.....	14
1.6. ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE.....	19
1.7. MANUALES.....	23
1.8. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LOS MANUALES.....	26
1.8.1. VENTAJAS.....	26
1.8.2. DESVENTAJAS.....	27
1.9. CLASIFICACIÓN DE LOS MANUALES.....	27
CAPITULO II	
BREVE CARACTERIZACIÓN DE LA OFICINA DEL	
MIES COTOPAXI.....	33
2.1. MISIÓN.....	35

2.2. VISIÓN.....	35
2.3. ORGANIGRAMA.....	36
2.4. ANÁLISIS FODA.....	37
2.5. DISEÑO METODOLÓGICO.....	39
2.6. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	44
2.7. COMPROBACIÓN DE LAS PREGUNTAS DIRECTRICES....	60
CAPITULO III	62
LA PROPUESTA.....	62
3.1. DATOS INFORMATIVOS.....	62
3.2. JUSTIFICACIÓN.....	63
3.3. OBJETIVOS.....	64
3.4. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	64
3.5. INDICE DEL MANIAL	66
CONCLUSIONES.....	94
RECOMENDACIONES.....	95
BIBLIOGRAFÍA.....	96
ANEXOS.....	98

RESUMEN

El objetivo general de esta investigación fue implementar un manual para aplicar en los diferentes departamentos del Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi.

Esta investigación permitió diseñar un manual para mejorar la atención al cliente, que contiene técnicas y normas para mejorar sus servicios. Con un nuevo método en el departamento de secretaria, esto permitirá una mayor flexibilidad y eficiencia en la institución.

Los métodos de investigación aplicados fueron el método: teórico práctico, inductivo – deductivo, analítico- sintético y dialectico, los cuales permitieron conocer que el documento manejado en el Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi, se analizó las causas que originaron este problema, los efectos y las posibles soluciones.

Con esta propuesta se obtuvo nuevas técnicas para mejorar la atención al cliente. Se aplicó una encuesta a los usuarios, y funcionarios, a través de la observación se notó que el usuario no tiene una buena atención. Así que hay la necesidad de implantar nuestro manual de esta propuesta. El criterio de los usuarios y los funcionarios permitió fundamentar los objetivos y diseñar un manual, en el Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi.

SUMMARY

The overall objective of this research was to implement a manual to the various departments of the Ministry of Economic and Social Inclusion of Cotopaxi.

This research allowed us to design a manual to improve customer service techniques and standards containing to improve their services. With a new method in the department secretary, this will allow greater flexibility and efficiency in the institution.

The research methods used were the method: theoretical and practical, inductive - deductive, analytic-synthetic dialectic, the which allowed us to know that the documents handled by the Ministry of Economic and Social Inclusion of Cotopaxi, we analyzed the root causes of this problem, the effects and possible solutions.

This proposal gives new techniques to improve care customer. A survey was applied to users and departments, through the observation it was noted that the user does not have a good at implement our manual of this proposal. The criterion of users and enabled staff establish objectives and develop a manual, the Ministry of Economic and Social Inclusion of Cotopaxi.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene el propósito de implementar un manual de Relaciones Humanas para mejorar la atención al cliente ya que es la buena imagen de la institución, sea esta pública o privada, en nuestro país se ha convertido en asunto de mucha importancia para la vida cotidiana de todas las personas en la organización de los documentos, que diariamente nos rodea mediante la capacitación integral del personal formulación de manuales y aprovechamientos de recursos.

El desarrollo de la propuesta investigativa, se fundamenta en la utilización de métodos teóricos y que por medio de estas permitirá apoyar la información, descubriendo un camino apropiado para su desarrollo; también se utilizara el método empírico que a través de la encuesta, permitirá recopilar datos derivados de la población y dar solución al problema existente, así también el método estadístico que al recopilar información ha de tener especial cuidado y garantizar una búsqueda completa directa para analizar, elaborar y simplificar lo necesario con la finalidad que sea interpretada de una manera rápida.

El presente trabajo investigativo tiene como objetivo, construir un aporte al conocimiento de los servidores del Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi con todos sus niveles, que dan toda su capacidad para la buena imagen de la institución.

El documento cuenta con tres capítulos:

En el capítulo I, En este capítulo consta todo lo referente a la información teórica como la administración, evolución de la administración, procesos de la administración, relaciones humanas, campos de aplicación, relaciones públicas, funciones, atención y servicio al cliente, como se desarrolla, Manuales de procedimiento, ventajas y desventajas, clasificación de los manuales.

En el capítulo II, comprende el diagnostico situacional del Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi, el análisis e interpretación de resultados de las encuestas con sus respectivas representaciones mediante tablas, gráficos, en los cuales se representa con porcentajes de cada uno de los resultados; además se efectúa la debida comprobación de las preguntas directrices.

En el capítulo III, El diseño de la propuesta en donde consta la justificación, objetivos generales y específicos, descripción de la propuesta y el manual de Relaciones Humanas, que con una descripción de los métodos respectivos se utilizará en las distintas oficinas al momento de atender a los clientes. Este servirá como fuente de información y guía de los diferentes métodos existentes.

En la institución actualmente no cuenta con normas de procedimientos adecuados para el manejo de un Manual de Relaciones Humanas para mejorar la Atención al Cliente, ni técnicas para mejorar su atención, provocando así problemas con los usuarios de la institución.

CAPITULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

La idea de elaborar manuales en distintas áreas llega al Ecuador en medio de una corriente regional como fruto de los antecedentes de exigencias de mejor la atención al cliente en las instituciones públicas. Aunque el proceso fue lento al principio, a medida que la gente se va convenciendo con las primeras experiencias de que los manuales son un medio eficaz para lograr metas colectivas, por lo que se incrementa la utilización y consigo el beneficio que éstos brindan a las organizaciones.

Es por ello que en el campo de las Relaciones Humanas y Atención al Cliente se producen cambios sustanciales encaminados a estandarizar herramientas a las nuevas exigencias.

En el Ecuador son pocas las instituciones que cuentan con Manuales de Relaciones Humanas y Atención al Cliente, las instituciones de carácter público, para precisar los Ministerios son quienes no cuentan con este tipo de manuales, sus funcionarios desarrollan sus actividades diarias de acuerdo a las funciones indicadas en sus respectivos nombramientos o contratos; más su permanente relación en la atención a los ciudadanos que se requieren de sus servicios hace necesario que se implemente y se aplique un Manual de Relaciones Humanas y Atención al Cliente.

En la provincia de Cotopaxi, se han ubicado instituciones y empresa especialmente de carácter privado, las mismas que han crecido tanto en producción como también en personal administrativo y obreros, por lo que se ha

visto la necesidad de contar con reglas propias internas que ayuden a la buena atención y servicio para el público que ingresan a sus oficinas, se puede manifestar que existen instituciones que cuentan con Manuales de Relaciones Humanas y Atención al Cliente, el mismo que ayuda a obtener una mejor participación en el área social.

Desde el punto de vista metodológico, la Dirección del Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi, ha dado pasos importantes en lo que se refiere a superar la calidad de la atención al cliente que en los actuales momentos sufren de algunas falencias, entre otras razones, por ser personal contratado, que permanente es renovado y carece de capacitación.

La presente investigación constituye una contribución que pretende dar solución al problema del objeto de estudio, es un documento que en la medida que los funcionarios y empleados se identifiquen con él, se convertirá en un verdadero instrumento de gerencia y en un aliado permanente para facilitar el cumplimiento de la Misión, Visión y Valores de la Institución y la correcta administración de sus Recursos Humanos.

En el Ministerio de Inclusión Económica y Social se puede observar que el servicio que se presta tiene grandes dificultades, ya que muchas personas se quejan del trato y atención que reciben por parte de los funcionarios de esta entidad, lo cual causa pérdida de tiempo y molestias tanto a los usuarios como también al personal que labora en dicha dependencia; por falta de una adecuada atención al cliente.

1.2. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES



1.3. MARCO TEÓRICO

1.3.1. Administración

Concepto

Según **REYES PONCE** Agustín, Administración Moderna 1era edición editorial mexicana 1992 "La administración es un proceso muy particular consistente en las actividades de planeación, organización, ejecución y control; desempeñados, para determinar y alcanzar los objetivos señalados, con el uso de seres humanos y otros recursos" Pág. 16 a la 28.

La Administración también conocida como Administración de empresas es la ciencia, técnica y arte que se ocupa de la planificación, organización, dirección y control de los recursos humanos, financieros, materiales, terminológicos, el

conocimiento, etc. De la organización, con el fin de obtener el máximo beneficio posible; este beneficio puede ser económico ó social, dependiendo esto de los fines que persiga la organización.

La administración es interpretar los objetivos propuestos por la organización y transformarlos en acción organizacional a través de la planificación, organización, dirección y control de todos sus esfuerzos realizados en todas las áreas y niveles de la organización, con el fin de alcanzar tales objetivos de la manera más adecuada a la situación.

Además se dice que la administración es una ciencia social que persigue la satisfacción de objetivos institucionales, por medio de un mecanismo de operación y mediante el esfuerzo humano.

La administración comenzó con la humanidad debido a que por conveniencias y necesidades se fueron creando normas por las cuales los individuos empezaban a realizar mejoras en la forma de organizarse

La administración como tal se la pudo concebir y desarrollar por la necesidad de alcanzar objetivos personales como organizacionales.

Importancia

Bastan los siguientes hechos para demostrarlo:

La administración se da donde quiera que exista un organismo social, aunque lógicamente sea necesario cuanto mayor y más complejo sea éste.

El éxito de un organismo social depende, directa e inmediatamente, de su buena administración, y solo a través de ésta, de los elementos materiales, humanos, etc. con que ese organismo cuenta.

Para las grandes empresas la administración técnica y científica es indispensable y obviamente esencial, ya que por su magnitud y complejidad simplemente no podrían actuar si no fuera a base de una administración sumamente técnica. Es en ellas donde quizá la función administrativa pueda aislarse mejor de las demás.

Para las empresas medianas y pequeñas también quizá su única posibilidad de competir con otras es el mejoramiento de su administración, o sea, obtener una mejor coordinación de sus elementos: maquinaria mercado, calificación de mano de obra, etc., reglones en los que, indiscutiblemente, son superadas por sus grandes competidoras.

La elevación de la productividad, quizá la preocupación de mayor importancia actualmente en el campo económico social, depende, por lo dicho, de la adecuada administración de las empresas, ya que si cada célula de esa vida económica social es eficiente y productiva, la sociedad misma, formada por ellas, tendrá que serlo.

En especial para los países que están desarrollándose, quizá uno de los requisitos sustanciales es mejorar la calidad de su administración, porque para crear la capitalización, desarrollar la calificación de sus empleados y trabajadores, etc., bases esenciales de su desarrollo, es indispensable, la más eficiente técnica de coordinación de todos los elementos, la que viene a ser, por ello, como el punto de partida de su desarrollo.

Evolución de la Teoría Administrativa

Surgió en parte, por la necesidad de elevar la productividad. A principios del siglo XX, en Estados Unidos en especial, había poca oferta de mano de obra. La única manera de aumentar la productividad era elevando la eficiencia de los trabajadores.

La mejor manera de alcanzar resultados positivos dentro de una organización es mantener al personal satisfecho con las prácticas de la empresa organización a la

que pertenecen, por lo que la forma y trato es consecuente a la realización y objetivos planeados por parte de los administradores de esta forma llegar a lo que se denomina productividad.

La motivación ha influenciado en las prácticas organizacionales, es así que en la actualidad un individuo motivado labora con más predisposición al trabajo; lo que es beneficioso para las entidades y el mundo empresarial este tipo de motivación es una de las formas más sencillas de la administración, en nuestra sociedad, es la administración del hogar y una de las más complejas la administración pública.

Pero el fenómeno administrativo no solamente nació con la humanidad sino que se extiende a la vez a todos los ámbitos geográficos y por su carácter Universal, lo encontramos presente en todas partes. Y es que en el ámbito del esfuerzo humano existe siempre un lado administrativo de todo esfuerzo planeado.

La importancia de la administración se ve en que está imparte efectividad a los esfuerzos humanos. Ayuda a obtener mejor personal, equipo, materiales, dinero y relaciones humanas. Se mantiene al frente de las condiciones cambiantes y proporciona previsión y creatividad. El mejoramiento es su consigna constante.

Procesos Administrativos

Los partidarios de la escuela del proceso administrativo consideran la administración como una actividad compuesta de ciertas sub-actividades que constituyen el proceso administrativo único. Este proceso administrativo formado por 4 funciones fundamentales, planeación, organización, ejecución y control. Constituyen el proceso de la administración. Una expresión sumaria de estas funciones fundamentales que son:

Planeación.

Para un gerente y para un grupo empleados es importante decidir o estar identificado con los objetivos que se van a alcanzar. El siguiente paso es alcanzarlos. Esto origina las preguntas de que trabajo necesita hacerse ¿Cuándo y cómo se hará? Cuáles serán los necesarios componentes del trabajo, las contribuciones y como lograrlos. En esencia, se formula un plan o un patrón integrando predeterminando de las futuras actividades, esto requiere la facultad de prever, de visualizar, del propósito de ver hacia delante.

Organización.

Después de que la dirección y formato de las acciones futuras ya hayan sido determinadas, el paso siguiente para cumplir con el trabajo, será distribuir o señalar las necesarias actividades de trabajo entre los miembros del grupo e indicar la participación de cada miembro del grupo. Esta distribución del trabajo esta guiado por la consideración de cosas tales como la naturaleza de las actividades componentes, las personas del grupo y las instalaciones físicas disponibles.

Ejecución.

Para llevar a cabo físicamente las actividades que resulten de los pasos de planeación y organización, es necesario que el gerente tome medidas que inicien y continúen las acciones requeridas para que los miembros del grupo ejecuten la tarea. Entre las medidas comunes utilizadas por el gerente para poner el grupo en acción está en dirigir, desarrollar a los gerentes, instruir, ayudar a los miembros a mejorarse lo mismo que su trabajo mediante su propia creatividad y la compensación a esto se le llama ejecución.

Control.

Los gerentes siempre han encontrado conveniente comprobar o vigilar lo que se está haciendo para asegurar que el trabajo está progresando en forma satisfactoria hacia el objetivo predeterminado. Establecer un buen plan, distribuir las actividades componentes requeridas para ese plan y la ejecución exitosa de cada miembro no asegura que la empresa será un éxito. Pueden presentarse discrepancias, malas interpretaciones y obstáculos inesperados y habrán de ser comunicados con rapidez al gerente para que se emprenda una acción correctiva.

La profesión de administrador es muy variada dependiendo del nivel en que se sitúe el administrador, deberá vivir con la rutina y con la incertidumbre diaria del nivel operacional o con la planificación, organización, dirección y control de las actividades de su departamento o división en el nivel intermedio, o incluso con el proceso decisorio en el nivel institucional, orientado hacia un ambiente externo que la empresa pretende servir.

Cuanto más se preocupe el administrador para saber o aprender cómo se ejecutan las tareas, más preparado estará para actuar en el nivel operacional de la empresa.

Cuanto más se preocupe por desarrollar conceptos más preparado estará para actuar en el nivel institucional de la empresa.

Un administrador debe conocer cómo se prepara un presupuesto de gastos o una previsión de ventas, como se construye un organigrama o flujo grama, como se interpreta un balance, como se elabora la planificación y el control de producción, etc., ya que estos conocimientos son valiosos para la administración, sin embargo lo más importante y fundamental es saber cómo utilizarlos y en qué circunstancias aplicarlos de manera adecuada.

1.4. RELACIONES HUMANAS

Concepto

Relaciones Humanas es el nombre dado al conjunto de interacciones que se da entre los individuos de una sociedad, la cual posee grados de órdenes jerárquicos.” Las relaciones humanas se basan principalmente en los vínculos existentes entre los miembros de la sociedad, gracias a la comunicación, que puede ser de diversos tipos: visual, comunicación no verbal, lenguaje icónico o lenguaje de las imágenes, que incluye no sólo la apariencia física, imagen corporal sino también los movimientos, las señas lingüística, chat, comunicación oral, afectiva y también, los lenguajes creados a partir del desarrollo de las sociedades complejas: lenguaje económico, lenguaje político, etc.

Importancia

Las relaciones humanas son básicas para el desarrollo intelectual e individual de los seres humanos, pues gracias a ella se constituyen las sociedades tanto pequeñas o simples, grandes o complejas. Por esta razón, para que se pueda hablar sobre las "relaciones humanas" es necesario que se vinculen.

CAMPOS DE APLICACIÓN

- Hogar
- Actividades Sociales
- Trabajo
- Sociedad
- Nivel Nacional
- Nivel Internacional

Las Relaciones Públicas por su parte, buscan insertar a la organización dentro de la comunidad, haciéndose comprender, tanto por sus públicos internos como externos, de sus objetivos y procedimientos a fin de crear vinculaciones provechosas para ambas partes mediante la concordancia de sus respectivos intereses.

El administrador para desarrollarse íntegramente debe trabajar para administrar su propia empresa o ser contratado para administrar la empresa de otras personas, y el objetivo fundamental de las empresas, de cualquier tipo es rendir beneficios. Los propios empresarios podrán analizarse hasta sus últimas instancias y siempre se llegará a la conclusión de que progreso, desarrollo, perfeccionamiento, modernización, organización, sistematización, etc., persiguen con la finalidad de que la empresa rinda cada vez más beneficios.

Como la empresa trabaja con seres humanos, los empresarios tendrán que obtener la dinámica necesaria para la consecución de ese objetivo; conviene crear las mejores condiciones posibles para el logro de los mismos.

Las Relaciones Humanas desde el punto de vista empresarial, facilitarán al personal la comodidad física y espiritual, la familiarización y la sociabilidad para conseguir el rendimiento.

Según OREJUELA ESCOBAR Eduardo. Relaciones Humanas 2da edición marzo del 2004 “Es el estudio sistemático de conocimientos, métodos y técnicas que tratan de predecir el comportamiento humano dentro de las organizaciones, con el propósito de lograr una sociedad más justa y humana.” Pág.6 a la 17.

Las relaciones Humanas como cualquier otra ciencia tiene un fundamento teórico, un conjunto organizado y sistematizado de conocimientos basados en la psicología, que luego van a ser aplicados a través de diversos métodos y técnicas, en nuestra vida personal, familiar o profesional.

Según OREJUELA ESCOBAR Eduardo. Psicología Social 1era edición 2002“Es el contacto de la acción o de las idas que realizan el hombre entre sí, en buscar de mejores medios y sistema de vida, con el fin de malgastarse un claro entendimiento y una mejor relación social.” Pág. 253-259.

Se refiere a los procedimientos necesarios para mantener la paz con nuestros semejantes y evitar toda clase de conflictos que pueden surgir en el trato diario.

El término relaciones humanas es el nombre dado al conjunto de interacciones que se da entre los individuos de una sociedad, la cual posee gradas de ordenes jerárquicos. Las relaciones humanas se basan principalmente en los vínculos existente entre los miembros de la sociedad, gracias a la comunicación, puede ser de diversos tipos: visual y lenguaje creados a partir del desarrollo de la sociedad.

Las relaciones humanas son básicas para el desarrollo intelectual e individual de los seres humanos, gracias a ella se constituye las sociedades tanto pequeñas como grandes.

Son las normas y hábitos que convierten en personas hostiles, agradables a los semejantes, representando todo acto de comprensión, o de servicios, en un motivo de satisfacción para quien lo práctica.

Aplicación de las Relaciones Humanas

EL HOGAR.- La transmisión de valores en la familia es de vital importancia, en especial la calidad de relaciones que adquiere en el seno de la misma porque: inserta, inyecta con eficacia la toma de decisiones sobre los asuntos familiares siendo estos en especial valores como: respeto, la tolerancia, la honestidad, la lealtad, el trabajo, la responsabilidad, etc.

EL TRABAJO.-El hombre debe tener el buen sentido de relacionarse en base a capacidad y fortaleza que dinamice el cambio de comunicación verbal, adaptándose a dar respuestas creativas que produce los contratiempos y se

controla a sí mismo a base de confianza, puntualidad, que le motiva para desempeñar en su área de trabajo de acuerdo a la consecución de su objetivo, siendo siempre eficaz, y poseer capacidad de trabajo en equipo, con habilidad de negociar, disfrutar de una buena predisposición de participar activamente en el entorno donde desempeña la función .

CON LA COMUNIDAD.-Siendo el hombre partícipe del vínculo dentro de la sociedad que se desarrolla en el entorno de un determinado ambiente, comprende su comunicación a base de mensajes claves y convincentes, ya que tiende a liderar y dirigir pueblos dando ideas de cambio, siendo capaz y colaborador para una consecución de una meta común.

Las relaciones humanas como ciencia positiva y experimental, pues todos sus contenidos se basan, en estudios y experimentos comprobados acerca de la conducta humana, proporciona una serie de conocimientos, métodos y técnicas que permiten un mejor desempeño en las actividades personales y profesionales.

1.5. RELACIONES PÚBLICAS

Concepto.

Se llama **relaciones públicas (RRPP)** a la disciplina encargada de gestionar la comunicación entre una organización y el público que es la clave para construir, administrar y mantener su imagen positiva. Es una disciplina planificada y deliberada que se lleva a cabo de modo estratégico. Tiene la característica de ser una forma de comunicación bidireccional por cuanto intervienen quien escucha y quien dice, favoreciendo así la mutua comprensión, y permitiendo que se use como una potente ventaja competitiva a la hora de pretender un posicionamiento. Esta disciplina se vale de la publicidad, la información y la promoción no pagada para realizar su cometido.

Para hablar de Relaciones Públicas es primordial decir qué entiende por “Relaciones Públicas” (RRPP), que es conjunto de disciplinas y ciencias que mediante un proceso de comunicación estratégico y planificado crean, modifican,

desarrollan y/o mantienen una imagen institucional o de una persona. Las acciones de las RRPP van dirigidas a público interno y externo, teniendo como objetivo obtener una opinión flexible de los mismos.

Actualmente existe una creciente similitud de productos y servicios debido a que el mercado es cada vez más amplio. Frente a esto la publicidad ya no basta porque ha perdido credibilidad y se hace sumamente necesario encontrar una herramienta que permita diferenciarse a las empresas. Aquí entran en juego las relaciones públicas como disciplina que, mediante una gestión estratégica, logran diferenciar a la organización de sus competidoras.

Para lograrlo, las relaciones públicas trabajan con diversos aspectos intangibles:

- **Identidad:** Es el ser de la organización, aquello que la caracteriza y diferencia del resto. Sobre esta identidad trabajan las relaciones públicas, básicamente gestionando otros dos intangibles: la cultura organizacional y la filosofía.
- **Filosofía:** Plantea el objetivo global de la organización y el modo de llegar a él. Establece una misión (el beneficio que la organización proporciona a su público), valores (por los cuales se rige la organización) y visión (a dónde quiere llegar, que debe ser un objetivo difícil de alcanzar pero no utópico).
- **Cultura:** Se da por el proceder o modo de actuar de la organización en su conjunto. Tiene que ver con los valores que se fomenten y el modo de orientar la actuación de la organización.
- **Imagen:** Es aquella representación que la organización desea construir en los procesadores, con los cuales la organización se relaciona o construye vínculos comunicativos.
- **Reputación:** Es aquella representación mental que se hace el público sobre una organización a través de las experiencias (directas o indirectas) que hayan tenido con la misma y de la forma como la organización se comunica con sus procesadores.

FUNCIONES

Toda actividad de relaciones públicas tiene como finalidad principal la gestión de la imagen institucional, mediante el desempeño de las siguientes funciones:

- **Gestión de las comunicaciones internas:** Es de suma importancia conocer a los recursos humanos de la institución y que éstos a su vez conozcan las políticas institucionales, ya que no se puede comunicar aquello que se desconoce.
- **Gestión de las comunicaciones externas:** Toda institución debe darse a conocer a sí misma y a su comunidad. Esto se logra a través de la vinculación con otras instituciones, tanto industriales como financieras, gubernamentales y medios de comunicación.
- **Funciones humanísticas:** Resulta fundamental que la información que se transmita sea siempre veraz, ya que la confianza del público es la que permite el crecimiento institucional.
- **Análisis y comprensión de la opinión pública:** Edward Bernays, considerado el padre de las relaciones públicas, afirmaba que es necesario manipular a la opinión pública para ordenar el caos en que está inmersa. Es esencial comprender a la opinión pública para poder luego actuar sobre ella.
- **Trabajo conjunto con otras disciplinas y áreas:** El trabajo de todas relaciones públicas debe tener una sólida base humanista con formación en psicología, sociología y relaciones humanas. Se trabaja con personas y por ende es necesario comprenderlas.

También es importante el intercambio con otras áreas dentro de la comunicación como pueden ser la publicidad y la propaganda. Si bien estas últimas tienen fines netamente comerciales, debe existir una coherencia entre los mensajes emitidos por unas y por otras para así colaborar a alcanzar los fines institucionales.

Las herramientas de las que se valen las relaciones públicas para cumplir con sus objetivos y funciones son muchas y diversas:

- La organización de eventos
- Planes de responsabilidad social
- Relaciones con los medios de comunicación
- Diarios: permite a la organización acceder al público general.
- Revistas: permite acceder a públicos más y mejor segmentados.
- Radio: permite transmitir información instantáneamente las 24 horas del día.
- Televisión: Otorga gran notoriedad a la institución.
- Internet: Se puede trabajar sobre el sitio web institucional o con la versión en línea de diversos medios.

Cabe recordar que para poder enviar cualquier información a los diversos medios es indispensable que ésta cuente con valor de noticia y se adapte a las características del medio en cuestión.

OBJETIVOS

- Determinar la importancia de las Relaciones Humanas en cuanto al mejoramiento de la atención.
- Detectar la problemática presentada en el Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi en cuanto se refiere a la atención al cliente.
- Despertar un interés positivo por las Relaciones Humanas, toda vez que permitirá mejorar la calidad de servicio en la Institución.
- Elaborar un Manual de Relaciones Humanas para mejorar la atención al cliente en el Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi.

Las relaciones públicas tienen, como objetivo la publicidad, un potencial para presentar un producto o compañía.

Bien manejadas, las actividades de relaciones públicas pueden servir de excelente respaldo y complementar los esfuerzos de publicidad y de la venta personal de la Estación de Servicio.

Normalmente la publicidad no pagada cuesta mucho menos que la publicidad o la venta personal debido a que se obtienen muchos espacios y tiempos gratuitos en los medios de comunicación. Como ventaja adicional, su nivel de credibilidad es mucho mayor al de la publicidad, esto se debe a que el medio es el que da el anuncio en forma de noticia o reportaje y el público que lo lee percibe que la empresa mencionada no compró un anuncio publicitario.

<http://www.lasrelacionespublicas.com> “Las relaciones públicas han surgido como necesidad de la sociedad moderna; se llama relaciones públicas al arte y ciencia de gestionar la comunicación entre una organización y público clave para construir, administrar y mantener su imagen positiva. Es una disciplina planificada y deliberada que se lleva a cabo de manera estratégica. Atención al cliente”. Fecha 06 -12- 2010.

Al estudiar que son las relaciones públicas debemos inicialmente expresar que tiene una gran vinculación con la sociología y la psicología, así como en las ciencias de la comunicación y con las relaciones humanas.

Las Relaciones Públicas por su parte, buscan insertar a la organización dentro de la comunidad, haciéndose comprender, tanto por sus públicos internos como externos, de sus objetivos y procedimientos a fin de crear vinculaciones provechosas para ambas partes mediante la concordancia de sus respectivos intereses.

Importancia

Hoy en día, la similitud de productos se hace cada vez más notorios, es por esta razón, que es necesario, buscar medios que permitan una identificación completamente independiente entre empresas, siendo así, que las Relaciones Públicas constituye una de las herramientas prioritarias para esta labor.

Características

Las relaciones públicas tienen, como la publicidad, un potencial para presentar un producto o compañía.

Bien manejadas, las actividades de relaciones públicas pueden servir de excelente respaldo y complementar los esfuerzos de publicidad y de la venta de lo que se desea, obteniendo de esta manera la retribución correspondiente.

1.6. ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE

Concepto

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que se ofrece con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing. Se trata de una herramienta que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales.

Servicio al Cliente es “Un concepto de trabajo” y “una forma de hacer las cosas” que compete a toda la organización, tanto en la forma de atender a los Clientes sea cual fuere su necesidad, sea esta de compra, venta o de curiosidad, como en la forma de atender a los Clientes Internos, diversas áreas de nuestra propia empresa Institución.

Importancia

Un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal.

Según BONTA Patricio y **FARBER** Mario, Servicio al cliente 2da edición actualizada edición Trillas 1999 “Atraer un nuevo cliente es aproximadamente seis veces más caro que mantener uno”. Por lo que las compañías han optado por poner por escrito la actuación de la empresa. Pág. 12-14

Se han observado que los clientes son sensibles al servicio que reciben de sus suministradores.

Contingencias del servicio: el vendedor debe estar preparado para evitar que las huelgas y desastres naturales perjudiquen al cliente.

Todas las personas que entran en contacto con el cliente proyectan actitudes que afectan a éste el representante de ventas al llamarle por teléfono, la recepcionista en la puerta, el servicio técnico al llamar para instalar un nuevo equipo o servicio en la dependencias, y el personal de las ventas que finalmente, logra el pedido.

Consciente o inconsciente, el comprador siempre está evaluando la forma como la empresa hace negocios, cómo trata a los otros clientes y cómo esperaría que le trataran a él.

Las actitudes se reflejan en acciones: el comportamiento de las distintas personas con las cuales el cliente entra en contacto produce un impacto sobre el nivel de satisfacción del cliente incluyendo:

La cortesía general con el que el personal maneja las preguntas, los problemas, como ofrece o amplia información, provee servicio y la forma como la empresa trata a los otros clientes.

COMO SE DESARROLLA

El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing. Para determinar la necesidad del cliente se deben realizar encuestas periódicas que permitan identificar los posibles servicios a ofrecer, además se tiene que establecer la importancia que le da el consumidor a cada uno.

Debemos tratar de compararnos con nuestros competidores más cercanos, así detectaremos verdaderas oportunidades para adelantarnos y ser los mejores.

Ya se conoce qué servicios requieren los clientes, ahora se tiene que detectar la cantidad y calidad que ellos desean, para hacerlo, se puede recurrir a varios mecanismos, entre ellos; compras por comparación, encuestas periódicas a consumidores, buzones de sugerencias y reclamos.

Los dos últimos bloques son de suma utilidad, ya que maximizan la oportunidad de conocer los niveles de satisfacción y en qué se está fracasando.

Se debe decidir sobre el precio y el suministro del servicio. Por ejemplo, cualquier fabricante de PC's tiene tres opciones de precio para el servicio de reparación y mantenimiento de sus equipos, puede ofrecer un servicio gratuito durante un año o determinado período de tiempo, podría vender aparte del equipo como un servicio adicional el mantenimiento o podría no ofrecer ningún servicio de este tipo; respecto al suministro podría tener su propio personal técnico para mantenimiento y reparaciones y ubicarlo en cada uno de sus puntos de distribución autorizados, podría acordar con sus distribuidores para que estos prestaran el servicio o dejar que firmas externas lo suministren.

OBJETIVOS

- Crear y mantener la relación con cada cliente y entenderlo.
- Coordinar los equipos internos y externos que participan en la elaboración de la campaña.
- Hacer presentaciones de agencia y de campaña.

En la actualidad las empresas dan más interés en la administración de cómo debemos dirigir, administrar los recursos económicos, humanos y materiales; dejando inadvertido el servicio al cliente y que cada día nos preocupamos en crecer pero no tomamos importancia de cómo nuestra competencia está creciendo y que está incrementando sus carteras de clientes; debido al buen servicio y atención que brinda y mejorarlos.

A través del estudio de mercado mejoramos nuestras posibilidades de éxitos. Debemos promoverla, darla a conocer, llamar la atención de la clientela; esto quiere decir conocer los elementos del mercadeo (producto, precio, promoción, Plaza).

La admisión es comunicativa entre la empresa y el cliente, además de dar la imagen del establecimiento. Reforzando dicho personal se pueden resolver gran parte de los asuntos que puedan producirse y que en la mayoría de las ocasiones no entrañan excesiva dificultad; sólo requieren atención, amabilidad, adaptabilidad, actitud y apariencia.

A este respecto tal vez convendría recordar una frase, que debiera estar presente en todos los mostradores de Recepción: (Si algo no le gusta le suplicamos nos diga sin demora, pero si algo le gusta, no se moleste en decírnoslo, coménteselo a un amigo).

En la actualidad uno de los puntos más importantes que debe poseer una institución o empresa para tener una estructura adecuada, es brindar una buena calidad de servicio, por lo que de este modo las personas que se acercan a estos lugares debe salir satisfecho con el servicio obtenido.

En la mayoría de las instituciones del sector público la atención al cliente es deficiente, por cuanto no se rigen en un manual, además que no existe un compromiso por parte de los empleados a ser más sensibles y humanos por lo que estos procedimientos deben terminar y cambiar la forma del trato con otras personas.

Características

Analizando el término y adentrándonos más en lo que respecta el servicio al cliente podemos estar seguros de su vital importancia dentro de las actividades de la empresa, entre los principales puntos del servicio al cliente. La formación debe ser especial en todo el personal, el vestuario tiene que ser impecable de quienes entren en contacto con el cliente y el entorno laboral.

En la actualidad la mayor parte de empresas tratan de transmitir aspectos de los cuales no se los puede palpar es así que en la mayoría de ellas no se cumple con dichas expectativas creadas ficticiamente por lo que los clientes salen atemorizados de ese servicio que no lleno sus expectativas.

1.7. MANUALES

Los manuales administrativos son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática la información de una organización.

REYES, PONCE A. Opina en Web que: ‘Un folleto, libro, carpeta, y otros, en los que de una manera fácil de mejorar, se concentran en forma sistemática, una serie de elementos administrativos para un fin concreto: orientar y uniformar la conducta que se representa entre cada grupo humano en la empresa’’, al igual que;

KELLOW, Gram. Manual de procedimientos 2007 Opina que” El manual presenta sistemas y técnicas específicas, señala el procedimiento a seguir para lograr el trabajo de todo el personal de oficina o de cualquier otro grupo de trabajo que desempeña responsabilidades específicas. Un procedimiento por escrito significa establecer un método estándar para ejecutar algún trabajo.” Pág., 27

Se considera que, un Manual es un registro escrito de información e instrucciones que conciernen al empleado y pueden ser utilizados para orientar los esfuerzos de los trabajadores en una empresa, es una expresión formal de todas las informaciones e instrucciones necesarias para ser puestas en acción en un determinado sector; considera que es una guía que permite encaminar en la dirección adecuada los conocimientos para que estos sean adecuados los conocimientos para que estos sean aplicados de manera correcta en una institución.

La tarea de elaborar manuales administrativos se considera como la función de mantener informado al personal clave, los deseos y cambios en las actitudes de la dirección superior, al delinear la estructura organizacional y poner las políticas y procedimientos en forma escrita y permanente.

Un manual correctamente redactado puede ser un valioso instrumento administrativo.

En esencial, los manuales administrativos representen un medio de comunicación de las decisiones administrativas, y por ello, que tiene como propósito señalar en forma sistemática la información administrativa.

Objetivos de los manuales Administrativos

De acuerdo con la clasificación y grado de detalle, los manuales administrativos permiten cumplir con los siguientes objetivos:

- Instruir al personal, acerca de aspectos tales como: objetivos, funciones relaciones, políticas, procedimientos normas, entre otros.
- Precisar las funciones y relaciones de cada unidad administrativa para independizándolas y, de esta manera evitar duplicidad y detectar omisiones.
- Coadyuvar a la ejecución correcta de las labores asignadas al personal, y propiciar la uniformidad en el trabajo.
- Servir como medio de integración y orientación al personal de nuevo ingreso, facilitando su incorporación a las distintas funciones operacionales,
- Proporcionar información básica para la planeación e implementación de reformas administrativas.
- Permite conocer el funcionamiento interno, por lo que respecta a descripción de tarea, ubicación, requerimiento y a los puestos responsables de su ejecución.
- Auxilian en la inducción del puesto y al adiestramiento y capacitación del personal ya que describen en forma detallada las actividades de cada puesto.
- Sirve para el análisis o revisión de los procedimientos de un sistema.
- Intervenir en la consulta de todo el personal.
- Es necesario emprender tareas de simplificación de trabajo como análisis de tiempos, delegación de autoridad, entre otros para establecer un sistema de información o bien modificar el ya existente.
- Para controlar el cumplimiento de las rutinas de trabajo y evitar su alteración arbitraria.
- Determinar en forma sencilla las responsabilidades por falla o errores.
- Facilitar las labores de auditoría, evaluación del control interno y su evaluación.
- Aumentar la eficiencia de los empleados, indicándoles lo que deben hacer y cómo deben hacerlo.
- Construir una base para el análisis posterior del trabajo y el mejoramiento de los sistemas, procedimientos y métodos.

1.8. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LOS MANUALES

Los manuales administrativos ofrecen una serie de posibilidades que reflejan la importancia de estos. Sin embargo. Tiene ciertas limitaciones, lo cual de ninguna manera le restan importancia.

1.8.1. Ventajas:

Un manual tiene, entre otras, las siguientes ventajas:

- Logra y mantiene un sólido plan de organización.
- Asegura que todos los interesados tengan una adecuada comprensión del plan general y de sus propios papeles y relaciones pertinentes.
- Facilita el estudio de los problemas de organización.
- Sistematiza la iniciación, aprobación y publicación de las modificaciones necesarias en la organización.

Sirve como un guía eficaz para la preparación, clasificación y comprensión del personal clave.

- Determina la responsabilidad de cada puesto y su relación con los demás de la organización.
- Evita conflictos jurisdiccionales y a la junto a la posición de funciones.
- Pone en claro las puentes de aprobación y el grado de autoridad de los diversos niveles.
- La información sobre funciones y puestos suele servir como base para la evaluación de puestos y como medio de comprobación del progreso de cada quien.
- Conserva un rico fondo de experiencias administrativas de los funcionarios y más antiguos.
- Sirve como una guía en el adiestramiento de novatos.
- Es una fuente permanente de información sobre el trabajo a ejecutar.
- Ayudan a institucionalizarse y hacer efectivo los objetivos, las políticas, los procedimientos, las funciones, las normas, y otros.
- Evita discusiones y mal entendidos, de las operaciones.

- Asegura continuidades y coherencia en los procedimientos y normas a través del tiempo.
- Son instrumentos útiles en la capacitación del personal.
- Incrementan la coordinación en la realización del trabajo.
- Posibilitan una delegación efectiva, ya al existir instrucciones escritas, el seguimiento del supervisor se puede circunscribir al controlar por excepción.

1.8.2. Desventajas

Entre los inconvenientes que presentan los manuales, se encuentran los siguientes:

- Muchas compañías consideran que son muy pequeñas para necesitar un manual que describa asuntos que son conocidos por todos sus integrantes.
- Algunas consideran que es demasiado caro, limitativo y laborioso preparar un manual y conservarlo al día.
- Existe el temor de que pueda conducir a una estricta reglamentación y rigidez.
- Su deficiente elaboración provoca serios inconvenientes en el desarrollo de las operaciones.
- El costo de producción y actualización puede ser alto.
- Si no se actualiza periódicamente, pierde efectividad.
- Incluye solo aspectos formales de la organización, dejando de lado los informales, cuya vigencia e importancia es notorio para la misma.
- Muy sintética carece de utilidad muy detallada los convierte en complicados.

1.9. CLASIFICACIÓN DE LOS MANUALES

Entre los elementos más eficaces para la toma de decisiones en la administración, destacan el relativo a los manuales administrativos, ya que facilitan el aprendizaje de la organización, de una parte, y de otra, proporcionan la orientación precisa que requiere la acción humana en las unidades administrativas, fundamentalmente a nivel operativo o de ejecución, pues son las fuentes de información en las cuales

se trata de mejorar y orientar los esfuerzos de un empleado, para lograr la realización de las tareas que se le han encomendado.

Existen diversas clasificaciones de los manuales, a los que se designa los nombres diversos, pero que pueden resumir de la siguiente manera: Los diferentes organismos (públicos o privados) tienen necesidad de manuales diferentes. El tipo de manual se determina dando respuestas al propósito que se han de lograr. En ciertos casos, solo sirve a un objetivo: y en otros, se logran varios objetivos.

Por su contenido

Se refiere al contenido del manual para cubrir una variedad de materiales, dentro de este tipo tiene los siguientes:

Manual de Historia

Su propósito es proporcionar información histórica sobre el organismo: sus comienzos, crecimiento, logros, administración y posición actual. Esto le da al empleado un panorama introspectivo de la tradición y filosofía del organismo. Bien elaborado y aplicado contribuye a una mejor comprensión y motiva al personal a sentir que pertenece y forma parte de la organización.

Manual de Organización

Su propósito es exponer en forma detallada la estructura organizacional formal a través de la descripción de los objetivos, funciones, autoridad y responsabilidad de los distintos puestos, y las relaciones.

Manual de Políticas

Consiste en una descripción detallada de los lineamientos seguidos en la toma de decisiones para el logro de los objetivos. El conocer de una organización proporciona el marco principal sobre el cual se basan todas las acciones.

Una adecuada definición de políticas y su establecimiento por escrito, permite:

- Analizar el proceso de decisiones.
- Facilitar la descentralización, al suministrar lineamientos a niveles intermedios.
- Servir de base para una constante y efectiva revisión.
- Puede elaborarse manuales de políticas para funciones operacionales tales como: ventas, finanzas, personal, compras, entre otros.

Manual de Procedimientos

LA CRUZ Yaneth Manual de historia y organización edición 2002. Dice que “Es la expresión analítica de los procedimientos administrativos a través de los cuales se canaliza la actividad operativa del organismo”. Pág. 21

Este manual es una guía (cómo hacer las cosas) de trabajo al personal y es muy valiosa para orientar al personal de nuevo ingreso. La implementación de este manual sirve para aumentar la certeza de que el personal utiliza los sistemas y procedimientos administrativos prescritos en realizar su trabajo.

Manual de Contenido Simple

Cuando el volumen de actividades, de personal o simplicidad de la estructura organizacional, no justifique la elaboración y utilización de distintos manuales, puede ser conveniente la confección de este tipo de manuales. Un ejemplo de este manual es el de “políticas y procedimientos”, el de “historia y organización”, en si consiste en combinar dos o más categorías que se interrelaciona en la práctica administrativa.

En organismos pequeños, un manual de este tipo puede combinar dos o más conceptos, debiéndose separar en secciones.

REYES PONCE, A Manual técnico didáctico editorial mexicana primera edición 2007 Dice que: “Es la clasificación aceptada de los manuales administrativos que se refieren a las necesidades que tiene las oficinas y de acuerdo a su ámbito de amplificación, pueden elaborarse manuales con una cobertura mayor o menor”. Pág. 12-13.

Manual General

Se refiere a todo el organismo en su conjunto, dentro de este los siguientes manuales:

Manuales Generales de Organización

Este producto de la planeación organizacional y abarca todo el organismo indicando la organización formal y defiende su estructura funcional.

Manual General de Procedimientos

Este es también resultado de la planeación, contiene los procedimientos de todas las unidades orgánicas que conforman en un organismo social, a fin de uniformar la forma de operar.

Manual General de Políticas

Se refiere a presentar por escrito los deseos y actitud de la dirección Superior, para toda la empresa, estas políticas generales establecen líneas de guía, un marco dentro del cual todo el personal puede actuar de acuerdo a condiciones generales.

El manual de procedimientos presenta sistemas técnicos específicos señala el procedimiento preciso a seguir para lograr el trabajo de todo el personal de oficina o de cualquier otro grupo de trabajo que desempeña responsabilidades específicas. Es un procedimiento por escrito.

Los manuales de procedimientos, por sus características diversas, pueden clasificarse en manuales de procedimiento de oficina y de fábrica.

También puede referirse en:

- A tareas y trabajo individuales, por ejemplo, como operar una máquina de contabilidad.
- A prácticas departamentales en que se indican los procedimientos de operación de todo un departamento.
- A prácticas generales en un área determinada de actividad, como manuales de procedimiento comerciales, de producción, financieras, entre otros.

Los manuales de procedimiento generalmente que contiene un texto que señala las políticas y procedimientos a seguir en la ejecución de un trabajo, con ilustraciones a base de diagramas, cuadros y dibujos para aclarar los datos.

Manuales de Relaciones Humanas y Manuales de Atención al Cliente

Relaciones Humanas y Relaciones Públicas:

Relaciones Humanas son vinculaciones entre los seres humanos o personas.

En las Relaciones Públicas se establecen relaciones entre las personas (individuo) o una organización (grupo).

Quiere decir, que en las Relaciones Públicas uno de los extremos de la relación es siempre un grupo. Mientras que en el caso de las Relaciones Humanas, en ambos extremos de la relación existe una persona individual.

Para llegar a las Relaciones Públicas es preciso primeramente pasar por las Relaciones Humanas, en efecto es muy difícil proyectar una imagen favorable de la organización si esta no conforma un grupo homogéneo, en el que impera un sentimiento de simpatía, colaboración y entendimiento entre sus miembros. Toda bien planificada campaña de relaciones públicas debe iniciarse con una intensa actividad de Relaciones Humanas.

Entonces, Relaciones Públicas, es la relación con el Público. En tanto que Relaciones Humanas, es la interrelación con las personas, de persona a persona. .

Insistir en la necesidad de cuidar la atención al cliente como base fundamental de la competitividad, de la calidad en el servicio y el logro de la excelencia parecería repetitivo.

También podría parecer innecesario seguir argumentando que nada hay tan importante para la imagen de cualquier actividad "cara al público", como cuidar hasta el más mínimo detalle la transmisión de los valores con los que pretenden satisfacer al cliente.

CAPITULO II

BREVE CARACTERIZACIÓN DE LA OFICINA DEL MIES COTOPAXI

Cuando el Ecuador nace como Estado independiente, al separarse de la Gran Colombia en 1830, todas las actividades gubernamentales estaban a cargo de cinco Ministerios: del Interior y Relaciones Exteriores; Hacienda; Guerra y Marina; Obras Públicas; de Culto y Justicia. Mediante Decreto No. 1901, publicado en el R. O. No. 331 del 11 de septiembre de 1964, el Ministerio cambia la denominación a MINISTERIO DE PREVISION SOCIAL, TRABAJO Y SALUD PUBLICA, contemplando en su organización las Subsecretarías de: Previsión Social y Trabajo, y de Salud Pública.

Mediante Decreto No. 084, publicado en el R. O. No. 149 de 16 de junio de 1967 a la Subsecretaría de Salud Pública se eleva a la categoría de MINISTERIO DE SALUD PUBLICA, mientras que la otra Subsecretaría retoma la denominación originaria del año 1925; esto es MINISTERIO DE PREVISIÓN SOCIAL Y TRABAJO, situación que se mantuvo hasta el año de 1973, que con el advenimiento de un régimen de facto, se expide el PLAN INTEGRAL DE TRANSFORMACION Y DESARROLLO (1973-1977), en el que se encomienda la responsabilidad de presidir, formular y ejecutar la Política Social, en materia laboral, desarrollo de los Recursos Humanos, Empleo y Seguridad Social, Protección de Menores, Bienestar Social y Cooperativismo.

Por lo tanto se incorporan nuevas áreas de acción para el Ministerio, en relación a aquellas que inicialmente incluían en el año 1967 hasta los últimos meses de 1973. Este hecho promovió la necesidad de reorganizar al Ministerio, la misma

que refleja en el Decreto No. 1334 del 27 de noviembre de 1973 publicado en el R. O. No. 446 del 4 de diciembre del mismo año con el que se le denomina MINISTERIO DE TRABAJO Y BIENESTAR SOCIAL, creándose en esta reestructuración la Subsecretaría de Bienestar Social. Mediante Decreto Supremo No. 3815 del 7 de agosto de 1979 , publicado en el Registro Oficial No 208 del 12 de junio de 1980 se crea el MINISTERIO DE BIENESTAR SOCIAL como organismo responsable de formular, dirigir y ejecutar la política estatal en materia de Seguridad Social, Protección de Menores, Cooperativismo; y la Promoción Popular y Bienestar Social.

El 29 de agosto del 2008, el Ministerio de Bienestar Social, a través de su ministra, Jeannette Sánchez, cambia de nombre por el de Ministerio de Inclusión Económica y Social. Partiendo del hecho que la inclusión debe ser un derecho adquirido desde el momento en que nace cualquier ecuatoriano y ecuatoriana; debe ser una práctica radicalmente humanista, responsable y obligatoria en toda nuestra sociedad; debe ser el inicio de un pensamiento renonovado y renovador en nuestra patria, y en este sentido, absolutamente revolucionario porque aspira transformar esta sociedad que excluye, separa, fraccionar, y crea privilegios y distancias entre sus ciudadanos. La inclusión social no es una ley del gobierno o un decreto que aparece inscrito en el registro oficial, Es, sobre todo, un proceso que tiene que ser construido colectivamente, con esperanza, buenas voluntad, alegría, organización, disciplina y honestidad, y puesto en práctica por toda la población de las regiones del nuestra patria. El Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), es ser un garante de los derechos de los y las ecuatorianas, mientras el sistema no los incluya adecuadamente. El MIES es ese puente para que nuestra población ecuatoriana (las madres del Bono, los campesinos pobres, los emprendedores populares, las asociaciones y cooperativas, nuestros niños y niñas, los jóvenes, nuestros abuelitos y nuestra población con capacidades especiales) pueda cruzar hacia esa sociedad y economía de la que por justicia y derecho forman parte, pero que hasta hoy los ha mantenido excluidos, Se trata, entonces de apoyar la acción del gobierno emanada por los distintos ministerios sectoriales y la política económica, y de garantizar desde toda la acción pública

ese desarrollo incluyente y de democrático, ese país de todas y todos los ecuatorianos.

En uso de facultad legal concedida por el artículo 16 del Estatuto del Régimen Jurídico Administrativa de la Función Ejecutiva.

El presente trabajo investigativo se relaciona entonces con la implementación de un Manual de Relaciones Humanas que permita fortalecer el proceso de servicio a los usuarios tanto internos como externos, beneficiando de esta manera a la institución en su actuar cotidiano.

2.1. LA MISIÓN

La misión que cumple el Ministerio de Inclusión Económica y Social es la de promover y someter activamente la Inclusión Económica y Social de la población, de tal forma que se asegure el logro de una adecuada calidad de vida para todos los ciudadanos y mediante la eliminación de aquellas condiciones, mecanismos procesos que restringen la libertad de participación en la vida económica Social y política de la comunidad y que permiten, facilitan o promueven que ciertos individuos o grupos de la sociedad sean despojados de la titularidad, de sus derechos económicos

Y sociales, y apartados, rechazados o excluidos de las posibilidades de acceder y disfrutar de los beneficios y oportunidades que brindan el sistema de instituciones económicas y sociales.

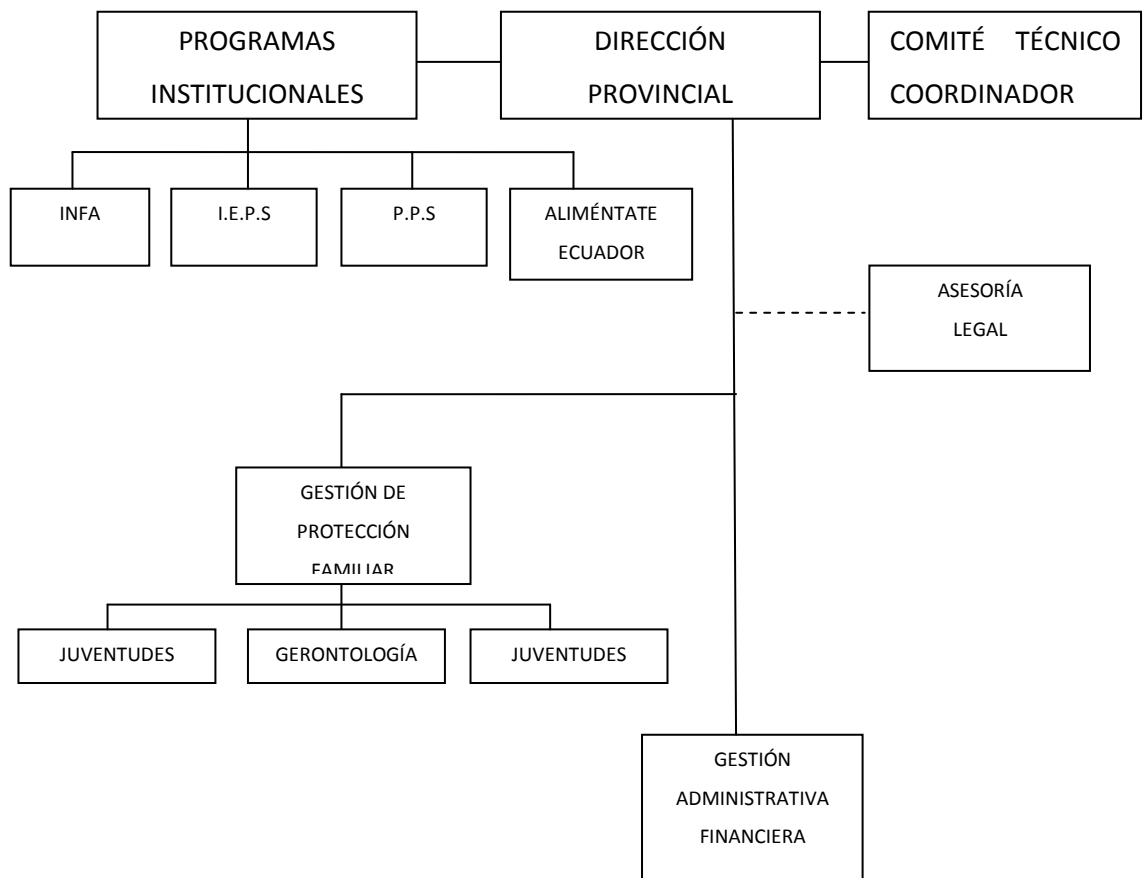
2.2. LA VISIÓN

La Visión se señala con una Patria para todos sin exclusión, sin pobreza, con igualdad de oportunidades económicas, sociales y políticas para todos los ciudadanos y ciudadanas independientemente de su sexo, color, raza, etnia, edad, procedencia, estrato social, condición de salud y orientación sexual.

Administrativamente el Ministerio de Inclusión Económica de Cotopaxi se encuentra organizado en 6 niveles jerárquicos como consta en el organigrama estructural.

2.3. ORGANIGRAMA

Grafico No1



2.4. ANÁLISIS DEL FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Se cuenta con varios servicios de apoyo a la comunidad como es el de dar personería jurídica a las organizaciones sociales de la provincia, capacitar y dar guías para la elaboración de proyectos, conceder carnets a las personas de la tercera edad, gestión del bono de desarrollo humano, informar y dar trámite para la conformación de las asociaciones; comités barriales; fundaciones y corporaciones. • Funcionarios que conocen la realidad de las organizaciones sociales, en el aspecto cultural como son: costumbres, tradiciones etc. • Líderes con capacidad de gestión en las Comunidades y organizaciones sociales de la Provincia • Prestación de servicios de centros infantiles para el cuidado diario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desconcentración Administrativa y Financiera de la Dirección Provincial del MIES-X. • Apertura por parte de Planta Central a la Dirección Provincial en la selección y presentación de los diferentes proyectos. • Descentralización de la Dirección Nacional de Cooperativas a Subdirecciones Provinciales. • Voluntad política por parte de las autoridades para coordinar acciones en favor de la población más desposeída.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Limitación de recursos económicos • No existen recursos asignados para el apoyo en los planes que solicitan las organizaciones sociales de la Provincia. • Recursos tecnológicos insuficientes y depreciados en su totalidad • No se cuenta con la infraestructura apropiada para el desarrollo y buen funcionamiento del Ministerio. • Cambio de personal en cada administración, causando un retraso en el normal desarrollo de la institución. • Realización de trámites directos en las Direcciones Nacionales y Subsecretarías por parte de las Organizaciones y Gobiernos Seccionales sin dar la importancia necesaria a la Dirección Provincial 	<ul style="list-style-type: none"> • Frágil respuesta frente a los problemas sociales • Insuficiencia de las políticas públicas para combatir la pobreza y promover el verdadero desarrollo humano. • Falta de integración de las políticas sociales • Graves desequilibrios económicos y sociales • Inestabilidad política y económica • Pérdida de presencia del MIES-X por la asignación de recursos a los Gobiernos Seccionales.

2.5. DISEÑO METODOLÓGICO

2.5.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Descriptiva.- Detallan fenómenos, situaciones, contextos y eventos, cómo se manifiestan, buscan especificar las propiedades, características y perfiles, de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, es decir miden, evalúan o recolectan datos sobre conceptos, aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar.

2.5.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

EL estudio propuesto, se enmarca dentro de un diseño de investigación No Experimental, ya que se realiza el análisis del caso sin manipulación de las variables, y se recoge la información de la realidad del funcionamiento de la unidad objeto de estudio.

2.5.3. UNIDAD DE ESTUDIO

La presente investigación es de campo y se realizará en el Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi, en donde se observa la necesidad de un Manual de Relaciones Humanas para mejorar la Atención al Cliente y se aplicará al universo de su población.

El trabajo de investigación se desarrollara con los cinco departamentos de la Institución.

Se trabajará con una población de 7 personas, quienes se encuentran a cargo de la Institución, además se incluirá a 50 personas, quienes son los clientes externos que acuden al Ministerio a realizar sus actividades personales.

POBLACIÓN

PERSONAL DE LA INSTITUCIÓN	No.	%
Director	1	2%
A. Jurídico	1	2%
Secretaria	1	2%
Funcionarios	3	5%
Personal de servicio	1	2%
CLIENTES EXTERNOS		
Usuarios	50	88%
TOTAL	57	100%

2.5.4. MÉTODOS

Método Inductivo – deductivo

Método Inductivo.- Es un proceso analítico – sintético mediante el cual se parte del estudio de hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley que se rige.

Tiene los siguientes pasos: observación, Experimentación, Comparación, Abstracción y Generalización.

Este método será utilizado en el desarrollo de la investigación, el cual permitirá identificar la necesidad de la elaboración del manual de Relaciones Humanas en el Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi, así como también ayudarán al análisis de los resultados obtenidos de la aplicación de las técnicas de investigación elegidas.

Método Deductivo: La deducción va de lo general a lo particular, el método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para

deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, la aplicación de este método de investigación se dará en el marco teórico, partiendo del contexto macro, meso y micro, también en las categorías fundamentales iniciando con la propuesta de elaborar un Manual de Relaciones Humanas para mejorar la Atención al Cliente en el Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi, y finalmente con la aplicación del mismo en la Institución.

Método Analítico- Sintético

Es aquel método de investigación que consiste en la simplificación de un todo, en su elemento para observar su naturaleza, peculiaridades, relaciones, etc. El análisis es la observación y examen minucioso de un hecho particular.

Es aquel método de razonamiento que tiende a rehacer, reunificar o reconstruir en un todo lógico y concreto los elementos destacados a través del análisis.

En el análisis a designar los cuatro métodos debido a la funcionabilidad que se tiene en ellos, así: el método inductivo – deductivo nos sirve para apoyarnos en la planificación del manual y las necesidades que suponga este manual.

Este método se aplicará en el proceso de análisis e interpretación de resultados del capítulo segundo de la investigación.

La investigación utilizada fue la de campo, habiendo tomado una muestra de personas adultas de la localidad comprendida entre 20-45 años de edad.

2.5.5. TÉCNICAS

Observación.- La observación nos permite obtener conocimientos acerca del comportamiento del objeto de la investigación tal como este se va en realidad, es una manera de obtener la información directa e inmediata sobre el fenómeno u objeto que está siendo investigado.

Encuesta.- Método de obtención de información de un gran universo de datos o grupos de personas, sujeto a un determinado objeto y que conlleva ahorro de tiempo y trabajo, mediante la aplicación de la interrogación escrita.

El tipo de investigación que se a utilizado es la cuantitativa y cualitativa tomando en cuenta en diferentes porcentajes y cualidades de servicio que al momento presta el Ministerio de Inclusión Económica y Social.

El presente trabajo es realizado para el Ministerio de Inclusión Económica y Social, considerando que al momento no se dispone de un documento que funcione como Manual de Relaciones Humanas para mejorar la Atención al Cliente.

La ejecución y la puesta en marcha del manual en mención, son factibles ya que contamos con la predisposición respectiva para la elaboración del mismo, con el apoyo de los personeros del MIES y la convicción de mejoramiento de sus usuarios. Es factible también llevar este proyecto porque el siglo 21 exige calidad, calidez y buen trato a todos los seres humanos por igual.

Las dificultades que se presente en el proceso de ejecución se solventarán con el apoyo de todos los involucrados en el presente proyecto investigativo.

Posibles Alternativas de Interpretación de los Resultados

El presente trabajo de investigación es con el propósito de conocer la realidad de la atención al público ocasionada en el Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi, se utilizaron los siguientes instrumentos de investigación:

- a.- Guía de observación directa.
- b.- Cuestionario de encuesta.

La encuesta fue aplicada a cincuenta usuarios externos y a los 7 usuarios internos, cuya interpretación y resultados de esa investigación de campo, son los siguientes:

2.6. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

2.6.1. ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO DEL MINISTERIO DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL DE COTOPAXI. Ver Anexo N.- 1

1. ¿Existe un manual de relaciones humanas para mejorar la atención al cliente en el MIES?

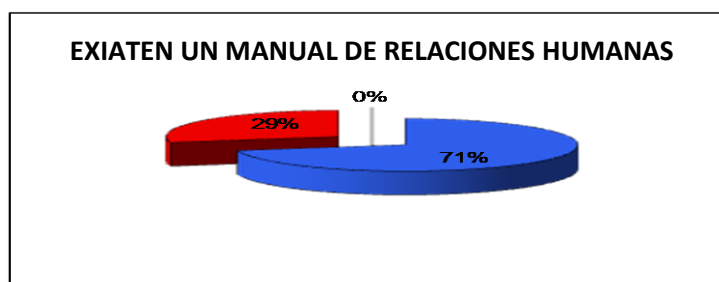
TABLA N° 1:
EXISTEN UN MANUAL DE RELACIONES HUMANAS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0
No	5	71
No sé	2	29
TOTAL	7	100

FUENTE: Encuesta aplicada a personal administrativo

ELABORADO POR: Las Tesistas

Gráfico N° 1:



FUENTE: Encuesta aplicada a personal administrativo

ELABORADO POR: Las Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Un 71% del personal Administrativo, manifiestan que no existe de un Manual de Relaciones Humanas, mientras que el 29% consideran que desconocen la existencias del mismo. Por ende, es necesario realizar un manual que permita concienciar a todo el personal Administrativo, sobre todo al público; de esta manera mejorar la atención adecuada y oportuna.

2. ¿La aplicación del manual de relaciones humanas permitirá fortalecer y mejorar la atención al cliente?

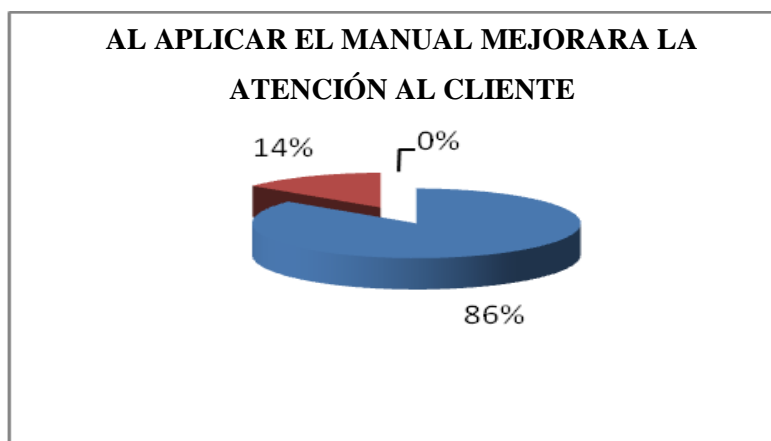
TABLA N° 2:
AL APLICAR EL MANUAL MEJORARÁ LA ATENCIÓN AL CLIENTE

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bastante	6	86
Poco	1	14
Nada	0	0
TOTAL	7	100

FUENTE: Encuesta aplicada a personal administrativo

ELABORADO POR: Las Tesistas

Gráfico N° 2:



FUENTE: Encuesta aplicada a personal administrativo

ELABORADO POR: Las Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Un 86% de los encuestados, especulan que un manual de Relaciones Humanas ayudará a mejorar la atención al cliente; sin embargo, el 14% piensa que ayudará en poca medida. Esto nos da una idea clara de que es necesaria la elaboración de un manual de Relaciones Humanas con la finalidad de aplicarlo en la mayoría de instituciones públicas y privadas de la provincia de Cotopaxi, para garantizar una mejor calidad en el trato que reciben los clientes que acuden a estas entidades

3. ¿Las relaciones humanas internas en el MIES-X son?

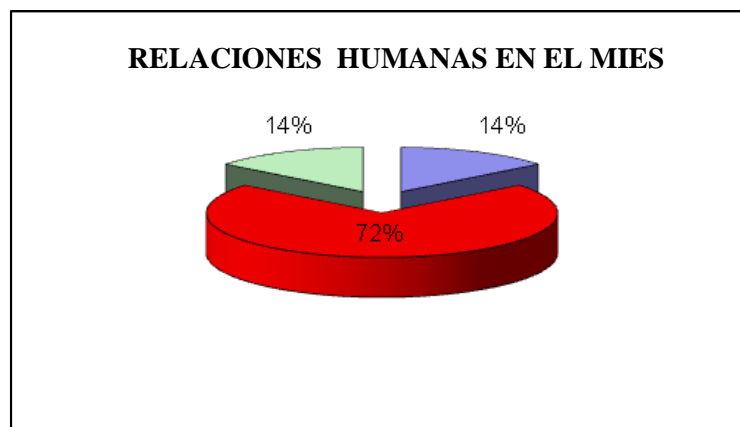
TABLA N° 3:
RELACIONES HUMANAS EN EL MIES-X

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	1	14
Muy Bueno	5	72
Bueno	1	14
Regular	0	0
TOTAL	7	100

FUENTE: Encuesta aplicada a personal administrativo

ELABORADO POR: Las Tesistas

Gráfico N° 3:



FUENTE: Encuesta aplicada a personal administrativo

ELABORADO POR: Las Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Un 72% de los encuestados especulan que las relaciones internas no siempre son buenas, mientras que el 14% consideran que siempre son excelentes y un 14% que nunca lo son.

Es así que sería conveniente la aplicación del manual de Relaciones Humanas para mejorar este tipo de actitud dentro de la Institución, logrando de esta manera mantener un alto número de clientes satisfechos que se sienten a gusto con la atención y trato que les ofrecen las personas que laboran en las instituciones del país.

4. ¿Considera que se optimizará el servicio al cliente al implementar el Manual de Relaciones Humanas?

TABLA N° 4:

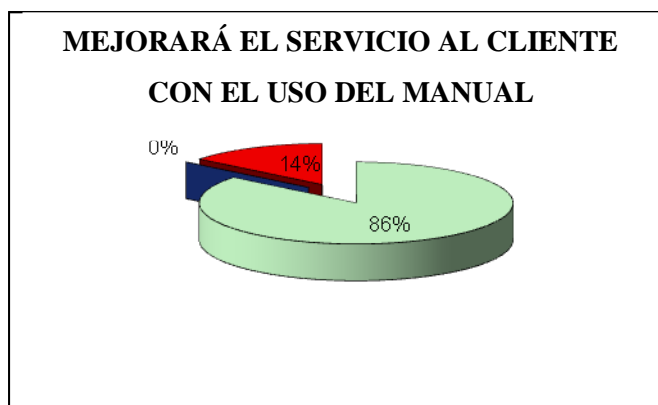
MEJORARÁ EL SERVICIO AL CLIENTE CON EL USO DEL MANUAL

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	86
No	0	0
No sé	1	14
TOTAL	7	100

FUENTE: Encuesta aplicada a personal administrativo

ELABORADO POR: Las Tesistas

Gráfico N° 4:



FUENTE: Encuesta aplicada a personal administrativo

ELABORADO POR: Las Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Un 86% de los encuestados especulan que las relaciones internas serán excelentes con la implantación de un Manual de Relaciones Humanas, mientras que el 14% sienten una inseguridad al respecto.

Es importante la implementación del manual de Relaciones Humanas para mejorar la atención y un buen servicio al cliente, demostrando que si una persona está capacitada para dar una mejor atención y cuenta con una guía didáctica que le oriente en su labor, se conseguirá una atención que sea satisfactoria para el cliente y que lo haga estar a gusto dentro de la institución a la cual acude día a día.

5. ¿Cree usted que de su servicio en el MIES-X depende la mejor relación con la sociedad?

TABLA N° 5:
EL SERVICIO EN EL MIES-X MEJORARÁ LA ATENCIÓN AL
CLIENTE

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	7	100
No	0	0
No sé	0	0
TOTAL	7	100

FUENTE: Encuesta aplicada a personal administrativo

ELABORADO POR: Las Tesistas

Gráfico N° 5:



FUENTE: Encuesta aplicada a personal administrativo

ELABORADO POR: Las Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 100% del personal encuestado, manifiestan un buen servicio estrecha una buena relación con quienes nos rodean.

Nos da a notar que de una buena relación depende que sea apreciado en el medio social, llenando de bienestar y armonía, ya que muchas veces se puede conseguir grandes oportunidades en la vida, con el simple hecho de ser cortés y amable con las demás personas, pues la calidad humana vale más que el dinero.

6. ¿En la institución les dan charlas sobre Relaciones Humanas?

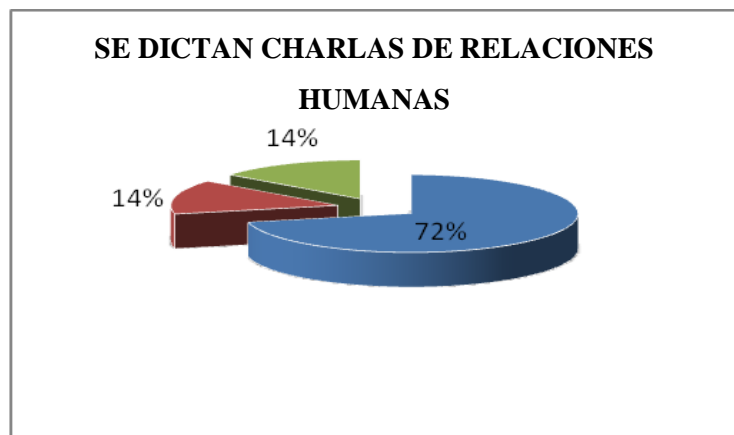
TABLA N° 6
SE DICTAN CHARLAS DE RELACIONES HUMANAS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	71
No	1	14
No sé	1	14
TOTAL	7	100

FUENTE: Encuesta aplicada a personal administrativo

ELABORADO POR: Las Tesistas

Gráfico N° 6:



FUENTE: Encuesta aplicada a personal administrativo

ELABORADO POR: Las Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 72% del personal encuestado manifiestas que si les capacitan sobre las Relaciones Humanas, un 14%, no lo saben y por ultimo un 14% desconoce de este tipo de charlas.

La mayoría de los encuestados tienen conocimiento de Relaciones Humanas, pero sería conveniente que el 100% conozca plenamente del mismo, toda vez que es indispensable para todos y no únicamente para un grupo determinado.

7. ¿Tienes conocimiento de lo que es trabajar en equipo?

TABLA N° 7:
CONOCE COMO TRABAJAR EN EQUIPO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bastante	7	100
Poco	0	0
Nada	0	0
TOTAL	7	100

FUENTE: Encuesta aplicada a personal administrativo

ELABORADO POR: Las Tesistas

Gráfico N° 7:



FUENTE Encuesta aplicada a personal administrativo

ELABORADO POR: Las Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 100% del personal Administrativo, tiene conocimientos del trabajo en e quipo.

Es así que un trabajo organizado permite solidificar una Institución.

Lo fundamental para que cualquier institución salga adelante y pueda triunfar en el mundo de la competencia es el trabajo en equipo, con el apoyo de un equipo eficiente y comprometido con la institución se logrará cumplir las metas establecidas y superar las proyecciones que se plantee la institución.

8. ¿Considera tratar al cliente por su nombre?

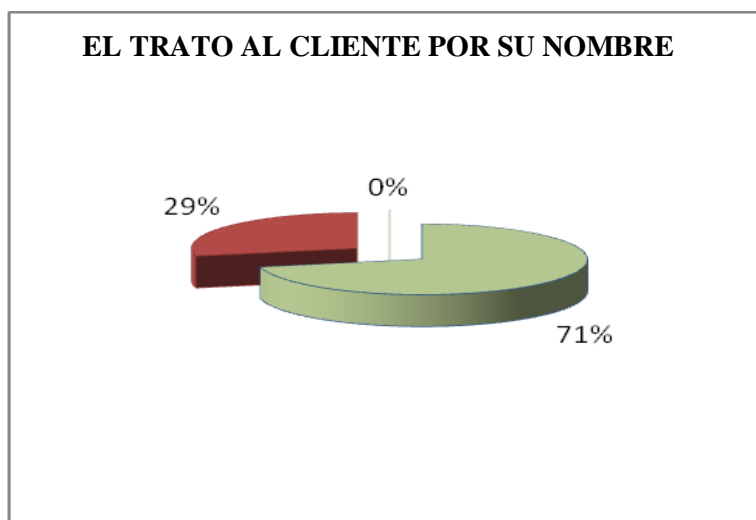
TABLA N° 8:
EL TRATO AL CLIENTE POR SU NOMBRE

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	71
No	0	0
Tal vez	2	29
TOTAL	7	100

FUENTE: Encuesta aplicada a personal administrativo

ELABORADO POR: Las Tesistas

Gráfico N° 8:



FUENTE: Encuesta aplicada a personal administrativo

ELABORADO POR: Las Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Según la encuesta aplicada el 71 % de los encuestados manifiestan que es mejor tratarle al cliente por su nombre, mientras que el 29 % consideran que no es imprescindible, o no se siente seguridad al hacerlo.

Si analizamos nuestro entorno, podemos ver que la mejor manera de lograr fomentar una amistad sincero y un compromiso adecuado entre el cliente y el encargado de darle un buen servicio es el trato personalizado que se lo hace por el nombre, es decir hacerle notar que es una persona importante para la empresa y que por ello su nombre lo recordamos siempre.

2.6.2. ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS QUE INGRESAN AL MINISTERIO DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL DE COTOPAXI. Ver Anexo N.2

1. ¿La atención al cliente por parte del MIES es?

TABLA N° 1:
LA ATENCIÓN EN EL MIES-X

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	20	40
Muy Buena	12	24
Buena	18	36
Regular		0
TOTAL	50	100

FUENTE: Encuesta aplicada a usuarios

ELABORADO POR: Las Tesistas

Gráfico N° 1:



FUENTE: Encuesta aplicada a usuarios

ELABORADO POR: Las Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Según la encuesta aplicada el 40 % de los encuestados manifiestan que la atención en la Institución es Excelente, mientras que el 24 % indican que es Muy Buena y un 36% buena consideran que es Regular.

Tomando los datos se considera que se debe mejorar la atención al cliente en base de la aplicación de mecanismos que promuevan por un mejor servicio, para garantizar una completa satisfacción en el cliente y su pronto regreso a la institución.

2. ¿Cree usted que debe existir preferencias con el público?

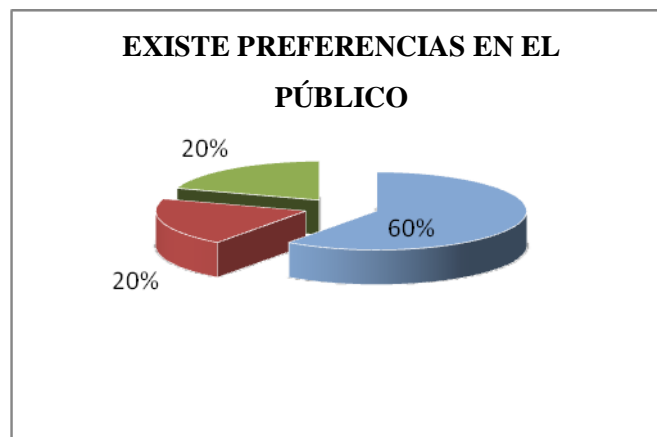
TABLA N° 2:
EXISTE PREFERENCIAS EN EL PÚBLICO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	30	60
No	10	20
No sé	10	20
TOTAL	50	100

FUENTE: Encuesta aplicada a usuarios

ELABORADO POR: Las Tesistas

Gráfico N° 2:



FUENTE: Encuesta aplicada a usuarios

ELABORADO POR: Las Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 60% del personal encuestado manifiesta que debe existir una preferencia por la atención al público, un 20%, manifiesta que no y por último un 20% desconoce de este tipo de actitud.

La atención al público es lo fundamental para el desarrollo de la empresa, pues no debemos olvidar que toda empresa o institución depende fundamentalmente del número de clientes con los que cuentan, por ende un cliente satisfecho y bien atendido regresa siempre, es decir, debemos mantenerlos felices para que podamos contar con su apoyo económico por mucho más tiempo.

3. ¿Considera usted si es importante el cambio en la atención del servicio al cliente?

TABLA N° 3:
ES IMPORTANTE MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	42	84
No	8	16
TOTAL	50	100

FUENTE: Encuesta aplicada a usuarios

ELABORADO POR: Las Tesistas

Gráfico N° 3:



FUENTE: Encuesta aplicada a usuarios

ELABORADO POR: Las Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 60 % de los encuestados manifiestan que es importante un cambio para la atención al cliente dentro de la Institución, mientras que el 16 % consideran que no es imprescindible y un 24% no sienten esa necesidad.

Ante este análisis, se puede determinar que para una mejor atención en la institución, se debe propender a un mejoramiento y cambio en el servicio, para de esta manera satisfacer las necesidades de los clientes y mantenerlos siempre satisfechos del servicio recibido.

4. ¿Cree conveniente implantar un buzón de sugerencias en la institución?

TABLA N° 4:
IMPLANTAR BUZÓN DE SUGERENCIAS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	30	60
No	10	20
Tal vez	10	20
TOTAL	50	100

FUENTE: Encuesta aplicada a usuarios

ELABORADO POR: Las Tesistas

Gráfico N° 4:



FUENTE: Encuesta aplicada a usuarios

ELABORADO POR: Las Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 40% de los usuarios encuestados piensan que es conveniente el implantar un buzón en la Institución, un 40% manifiesta que no es necesario, y un 20% se siente con una inseguridad al solicitarlo.

De acuerdo al análisis, se deduce que para conocer la actitud del desempeño de los empleados de la institución, y mejorar su actitud, es necesario establecer sugerencias que ayuden a ver las fortalezas y debilidades, el mismo que permita tomar los correctivos necesarios.

5. ¿Estima usted que es beneficioso un manual de relaciones humanas que permita una mejor atención tanto a los usuarios internos como externos?

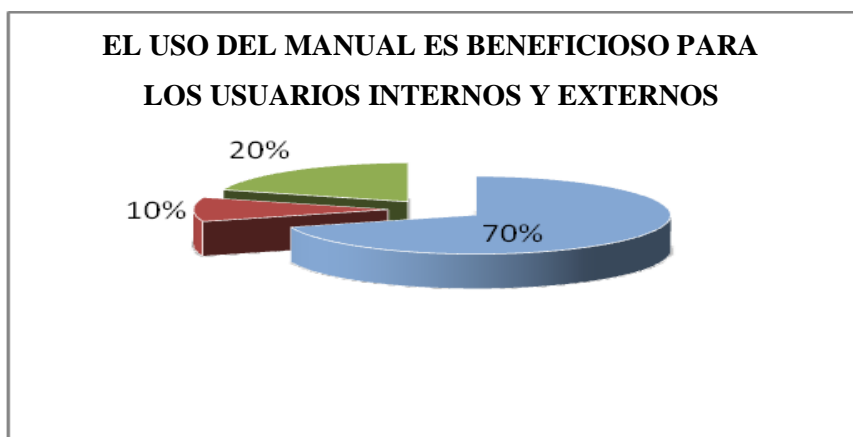
TABLA N° 5:
EL USO DEL MANUAL ES BENEFICIOSO PARA LOS USUARIOS
INTERNOS Y EXTERNOS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	35	70
No	5	10
No sé	10	20
TOTAL	50	100

FUENTE: Encuesta aplicada a usuarios

ELABORADO POR: Las Tesistas

Gráfico N° 5:



FUENTE: Encuesta aplicada a usuarios

ELABORADO POR: Las Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 70% de los encuestados manifiestan que es primordial la creación de un manual de Relaciones Humanas para la Institución, un 10% sostienen que no es indispensable, y un 20% no lo cree conveniente. La mayoría de usuarios manifiestan esa necesidad, por tal razón, se considera necesaria y prioritaria la creación de un manual de Relaciones Humanas, ya que permitiría a la Institución brindar un mejor servicio a la población.

6. ¿Cuándo ingresa a una Institución le gusta que le traten por su nombre?

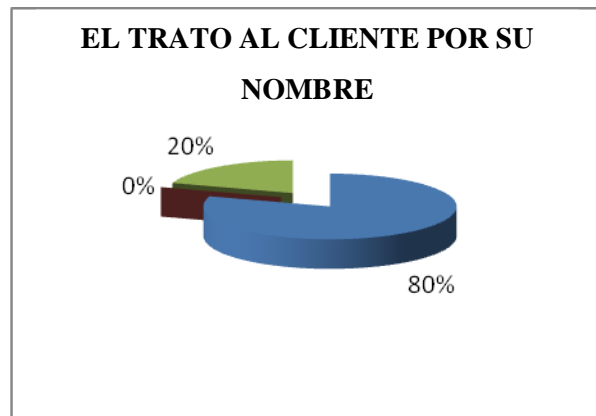
TABLA N° 6:
EL TRATO AL CLIENTE POR SU NOMBRE

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bastante	40	80
Poco	0	0
Nada	10	20
TOTAL	50	100

FUENTE: Encuesta aplicada a usuarios

ELABORADO POR: Las Tesistas

Gráfico N° 6:



FUENTE: Encuesta aplicada a usuarios

ELABORADO POR: Las Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Al 80% de las personas encuestadas les gusta ser tratadas por su nombre, mientras el 20% manifiesta no estar satisfechos de la manera que son tratados.

De esta manera se puede determinar que del buen trato, la educación y la cortesía, se espera obtener clientes satisfechos, haciendo que se sientan importantes y considerados y por qué no parte primordial de la institución a la cual acuden a menudo.

7. ¿Le tratan con cortesía en la Institución?

TABLA N° 7:
EXISTE CORTESÍA EN LA INSTIRUCIÓN

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bastante	10	20
Poco	25	50
Nada	15	30
TOTAL	50	100

FUENTE: Encuesta aplicada a usuarios

ELABORADO POR: Las Tesistas

Gráfico N° 7:



FUENTE: Encuesta aplicada a usuarios

ELABORADO POR: Las Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 20% de los usuarios encuestados manifiestan que son tratados con cortesía, un 50% manifiesta que son tratados con poca cortesía, y un 30% que no tienen nada de cortesía.

De acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación, se puede deducir que existe una inconformidad en cuanto a la forma de trato al cliente, lo cual es preocupante pues este tipo de instituciones deben ofertar un servicio de calidad y tratar a sus clientes con mucho respeto y amabilidad.

8. ¿Le satisfacen sus necesidades solicitadas en la Institución?

TABLA N° 8:
SATISFACEN LO SOLICITADO EN LA INSTITUCIÓN

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	20	40
Tal vez	15	30
No	15	30
TOTAL	50	100

FUENTE: Encuesta aplicada a usuarios

ELABORADO POR: Las Tesistas

Gráfico N° 8:



FUENTE: Encuesta aplicada a usuarios

ELABORADO POR: Las Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 40% de las personas encuestadas, manifiestan que las necesidades que ellos tienen, son completamente satisfecha, mientras el 30% manifiesta que sus necesidades no son atendidas correctamente y otro 20% tal vez.

Es de esta manera que se puede deducir, que la atención en la Institución es completamente deficiente, por lo que se debería mejorar de alguna manera la misma para que los clientes que acuden a la Institución puedan acudir con normalidad y sintiéndose seguros y bien atendidos.

2.6.3. COMPROBACIÓN DE LAS PREGUNTAS DIRECTRICES

¿Cuáles son los fundamentos teóricos y conceptuales para el Manual de Relaciones Humanas para mejorar la atención al cliente?

La presente propuesta se basa en las categorías fundamentales que parten desde la administrativa con la práctica social y el proceso, que comprende funciones y actividades; las relaciones humanas es la que se encarga de mejorar la atención al cliente que nos permite mantener la imagen de la institución.

¿Cuál es la situación actual del Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi en los departamentos?

Como se ha evidenciado la problemática dentro de la Institución, existe un 100% de las personas encuestadas, consideran que es necesario el diseño de un manual de relaciones humanas para mejorar la atención al cliente, básicamente a que las entidades públicas no cuentan con el recurso económico necesarios para una adecuada capacitación al personal que se encarga en la atención al cliente, desarrollo y ejecución de las relaciones humanas, y por ende la falta de orientación sobre las técnicas que tiene el manual que nos permite un buen desarrollo con los usuarios que ingresa a la institución. Por tal motivo se propuso un manual el cual contribuirá el mejoramiento de la atención al cliente inmediata a los usuarios.

¿Cuál será la alternativa de solución que permita mejorar la atención al cliente. ?

La alternativa de solución es el diseño de un Manual de Relaciones Humanas para mejorar la atención al cliente, los manuales por lo general sirven como medios de

comunicación para transmitir, mediante métodos y técnicas para atender a los usuarios.

Además los manuales presentan sistemas técnicas, específicas, señalan los procedimientos a seguir para lograr el trabajo que se desea obtener en la atención al cliente.

CAPITULO III

LA PROPUESTA

3.1. DATOS INFORMATIVOS

Título:

MANUAL DE RELACIONES HUMANAS PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL MINISTERIO DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL DE COTOPAXI (MIES-X)

INSTITUCIÓN EJECUTORA:

Universidad Técnica de Cotopaxi, a través de las egresadas en la Carrera de Secretariado Ejecutivo Gerencial.

BENEFICIARIOS:

La presente investigación, está dirigida directamente a los Servidores y Administradores que brindan atención al cliente en el Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi (MIES-X)

UBICACIÓN:

Provincia de Cotopaxi, Cantón Latacunga, Parroquia La Matriz Avenida Amazonas 2-67 y General Maldonado.

3.2. JUSTIFICACIÓN

La presente tesis de investigación desarrollada, demuestra que hay necesidades en el Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi. (MIES-X), utilizar un Manual de Relaciones Humanas para mejorar la atención al cliente y tener una excelente atención a los usuarios, en la cual nos permitirá transmitir una buena imagen de la Institución.

Una de las estrategias para conseguir este propósito, sería concientizar al personal que labora en el MIES-X, sobre la importancia de estar capacitados así como también de crear un Manual de Relaciones Humanas dentro de la Institución, lo que ayudará a los funcionarios a poner en práctica esta investigación.

El perfil de la secretaria es la demostración de habilidades, destrezas y actitudes positivas para el desempeño de las funciones a ella encomendadas, es por esto que se debe utilizar estrategias adecuadas que permitan poner en práctica los objetivos propuestos, que sería la elaboración del Manual de Relaciones Humanas para mejorar la atención al cliente en el MIES-X.

A demás las autoras cuenta con el apoyo incondicional del personal de la institución del MIES-X, lo que hará posible la realización de la propuesta en el entorno social y laboral, el aporte práctico de la investigación tiene que ser solventado con capacidad y compromiso, por eso se considera que la investigación ayudará directa e indirectamente al sector institucional como fuente de consulta para poder realizar un buen servicio en el diario vivir.

Se considera que este trabajo de investigación es original, porque es la primera propuesta en el MIES-X para la elaboración de un manual de relaciones humanas el mismo que mejorara la atención al usuario. Con esta investigación beneficiará al Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi, así como también sus usuarios.

Particularmente las postulantes también serán beneficiadas con esta investigación, puesto que cuenta con el apoyo de la Directora y en especial con el personal que labora en el Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi.

3.3. OBJETIVOS

GENERAL:

- Elaborar un Manual de Relaciones Humanas para mejorar la atención al cliente en el Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi; Periodo 2010-2011.

ESPECÍFICOS:

- Analizar la importancia de un Manual de Relaciones Humanas, para mejorar la atención al cliente en el Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi; Periodo 2010-2011.
- Diseñar un Manual de Relaciones Humanas que permita mejorar la atención al cliente en el MIES-X.
- Presentar la ejecución del trabajo y un mejor aprovechamiento en el talento humano

3.4. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La presente propuesta, se basa en los datos obtenidos en la investigación realizada al Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi, para lo cual fue necesario medir sus fortalezas, debilidades, oportunidades, amenazas en el campo administrativo, apoyadas en herramientas de investigación como la estadística, entrevista, encuesta y en la inspección visual entre otras.

Se considera que por los resultados obtenidos se hace imprescindible la creación de un Manual de Relaciones Humanas en la Institución por cuanto es un departamento que va ayudar a conseguir los logros institucionales, puesto que sus

funciones principales son los de establecer canales de comunicación entre los diferentes departamentos, con la finalidad que fluya las relaciones humanas y se base en contenidos factibles.

Las relaciones humanas son las encargadas de crear y mantener entre los individuos relaciones cordiales, vínculos amistosos, basadas en ciertas reglas aceptadas por todos y fundamentalmente en el reconocimiento y respeto de la personalidad humana, es un arte que nos dice como convivir con los semejantes en diferentes situaciones sociales.

Es el estudio sistemático de conocimientos, métodos y técnicas que tratan de predecir el comportamiento humano, con el propósito de lograr una sociedad más justa y humana.

Este concepto tiene cuatro ideas fundamentales:

- Las relaciones humanas como cualquier otra ciencia, tiene un fundamento teórico, un conjunto organizado y sistematizado de conocimientos basados en la psicología social, que luego van a ser aplicados a través de diversos métodos y técnicas en nuestra vida personal, familiar o profesional.
- Tratan de predecir el comportamiento humano.
- El comportamiento humano es el resultado de una variedad de causas y condiciones, tanto biológicas como ambientales, por ello resulta sumamente difícil predecirlo con exactitud. Sin embargo la explicación científica de la Psicología nos puede ayudar a entender y comprender el comportamiento de los individuos.
- El propósito de las Relaciones Humanas, es el estudio del hombre dentro de las organizaciones o grupos humanos.

Con el propósito de lograr una sociedad más justa y más humana.

Este es el objetivo final, proporcionar un ambiente donde cada ser humano puede desarrollar al máximo sus capacidades individuales; y que este rendimiento beneficie a los demás.

INDICE DEL MANUAL DE RELACIONES HUMANAS PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Relaciones humanas.....	67
1.2. Relaciones humanas en la institución MIES-X.....	67
1.2.1. La imagen de sí mismo.....	67
1.3. Bases de las relaciones humanas.....	68
2. La comunicación.....	69
2.1. Niveles mentales de las personas.....	69
2.2. Importancia de la comunicación.....	70
2.3. Barreras de la comunicación.....	70
2.4. Clases de barreras.....	70
3. Mantener un verdadero interés por las personas.....	73
4. Canales de atención al cliente.....	75
5. Proceso de atención telefónico.....	77
6. Técnicas para obtener información.....	78
7. Reglas para tener en cuenta la atención.....	78
8. Medición mediante indicadores de calidad del proceso.....	80
9. Escuchar nos ayuda a comunicar.....	81
10. Hacia la búsqueda de los conflictos.....	84
11. Valores utilizados en el manual de Relaciones humanas.....	86
12. Tipos de personas.....	91

1. RELACIONES HUMANAS

Las relaciones humanas se han constituido en un movimiento contemporáneo para sensibilizar las relaciones entre los hombres, especialmente las que se dan en el ámbito laboral, pues aun cuando las relaciones humanas no constituyan una ciencia no se puede dejar de subrayar su característica fundamental que es su interdisciplinariedad, de tal suerte que no existe actividad dentro del arte, o la ciencia, donde no intervengan.

IMPORTANCIA

El bienestar y prestigio de los seres humanos, sustancialmente, de la manera de establecer relaciones, si el propósito es convivir en armonía con los semejantes, tenemos la obligación de buscar los medios idóneos para lograrlo. Es indispensable tener presente los principios éticos en los cambios d actitud que se deben adoptarse, de lo contrario ese comportamiento se construirá sobre bases débiles e inconsistentes.

1.2. RELACIONES HUMANAS EN LA INSTITUCIÓN MIES-X

La mejor manera de tener buenas relaciones humanas en el Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi, es un proceso interactivo continuo y permanente, se basa en la interacción entre las personas y su entorno, profundizando en la reciprocidad afectiva. Lo que una persona puede hacer y lograr con la ayuda de otros, puede ser, en cierto sentido, más importante, lo que puede hacer o lograr por sí solo.

1.2.1. LA IMAGEN DE SI MISMO

La presentación del hombre ante la sociedad determina la personalidad en base a esfuerzo y una verdadera capacidad de actividades positivas y constructivas del

ser que se distingue con eficiencia que no es producto de una casualidad, sino tiempo y esfuerzo verdadero.

Autoevaluación.- Completa la personalidad a base de una verdadera reflexión de la realidad.

Entorno social.- Observar el comportamiento de las personas en base a las normas, hábitos, actitudes, comportamiento y conducta.

Preferencias.- Son criterios de valor y actividades que enriquezcan la personalidad en distintos aspectos.

Actividad social.- Reuniones, conferencias, festividades, permiten conocer y relacionarse con la sociedad de distinta cultura para enriquecer nuestra personalidad.

Tiempo libre.- Dedicarse a actividades relegadas para convertirse en persona dinámica, creativa, progresista con sentido de cooperación.

1.3. BASES DE LAS RELACIONES HUMANAS

Base social.- Una de las características que define al hombre es ser sociable. La sociabilidad del ser son los hechos ordenados y dirigidos en sentido de cooperación y participación de una verdadera dimensión social que proyecte el incremento de relaciones externas del espíritu del hombre.

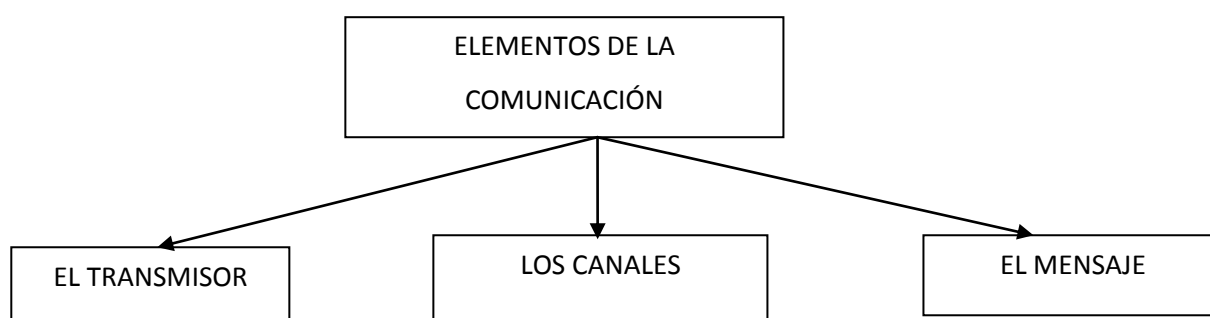
Base ética.- Siendo la ética ciencia de las costumbres y formas de la sociedad en base a reglas de conducta humana, normas que juntan valores, fundamentos, principios y reglas de la moral individual y social.

La sociedad responsable de la educación moral es base en organismos estructurados sistemáticamente, se implica acciones sobre base de conocimiento y procedimientos, practicando: tolerancia, justicia, lealtad, desarrollo profesional, renovación, evitando sugerir en dogmas.

2. LA COMUNICACIÓN

La comunicación es un proceso mediante el cual transmite y recibe datos diversos como actitudes, ideas y opciones que contribuye la base para un entendimiento o acuerdo común.

Cualquier error de la comunicación disminuye la eficiencia.



El Transmisor, es el que origina el mensaje.

Los Canales son a través de cómo se efectúa la transmisión.

El Mensaje, es el que termina el mensaje.

Las formas de entenderse, comprenderse han desarrollado los mismos que se les relaciona como símbolos en el proceso de comunicación siendo:

Comunicación verbal.- Comunicación que se utiliza como medio el lenguaje.

Comunicación no verbal.- Se recurre a diversas formas de expresión para transmitir las ideas, afectos, sentimientos, conocimientos, emociones.

Comunicación social.- Es el punto o consecuencia del desarrollo de la sociedad contemporánea que lleva un cambio en el mecanismo de la transmisión de información.

2.1. NIVELES MENTALES DE LAS PERSONAS

Mente cerrada.- Es de limitado nivel.

Su mente permanece cerrada hacia todo cuando se ha sugerido.

Mente abierta.- De nivel respectivo que pide razones "explicación" "demostración". Pide pruebas al inter locutor. El receptor tiene que probar su teoría, antes de que haga lo que este le propone.

Confianza.- Tiene confianza en sí mismo. De actitud cooperadora, amistosa, dispuesto a hacer lo que se le solicita, pero quiere saber las razones principales y estas deben tener sentido.

Convicción.- Este nivel demuestra que hay personas que al solicitarlas realizan sin hacer preguntas, sin importar cuál es la situación, siendo este asunto mental de seriedad y afianzamiento de la personalidad individual.

2.2. IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN

- La buena comunicación ayuda a obtener, fundamentalmente operatividad y coherencia entre los miembros del equipo de trabajo.
- Eficiente flujo de información con otras dependencias permitiendo la Integración y la transversalidad.
- Servicio ágil.
- Permite garantizar calidad en la información
- Coordinación entre los distintos servicios.
- Asesoramiento al público.
- Satisfacción del cliente.

2.3. BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN

Las barreras de la comunicación son aquellas dificultades, obstáculos de todo tipo, que impiden la transmisión de la información correctamente.

Algunas de las causas son:

- Se presenta la habilidad comunicativa deteriorada que es cuando surgen inconvenientes ajenos a nuestra voluntad que impiden que la comunicación sea fluida

- Afirmaciones, preguntas, comentarios o rasgos de carácter que entorpecen el diálogo y por ello la comunicación.
- Utilización del canal inadecuado: No equivocarse en la manera de comunicarse.
- Desconocimiento del entorno socio cultural: Se debe saber y conocer, donde esta, a quién se dirige y sus circunstancias.
- Falta de tiempo acompañada de mucha carga laboral

2.4. CLASES DE BARRERAS

2.4.1. BARRERAS DEBIDAS AL PROPIO PROCESO DE COMUNICACIÓN.

Por una codificación inadecuada: Es cuando la persona no consigue expresar o transmitir exactamente lo que piensa y lo que quiere decir, y donde se pueden producir algunos fenómenos psicológicos que vienen a distorsionarlo:

- Efecto halo: Con un rasgo de una persona, no hace la idea de cómo es.
- Prejuicios: Ideas preconcebidas por rasgos físicos, o circunstancias de las personas.
- Estereotipos, basados en imágenes mentales sobre las personas y el medio en que viven.
- Mensaje demasiado largo, complejo o totalmente desconocido.
- Por el canal de transmisión: La forma o el medio de transmitir el mensaje:
- Directamente de persona a persona
- A través de otras personas
- Mediante el Teléfono

2.4.2. BARRERAS DEBIDAS A LAS CARACTERÍSTICAS Y ACTITUDES DE LOS COMUNICANTES.

De manera concisa se puede resumir en:

- Rigidez (No saber o no querer adaptarse a la otra persona, a la situación).
- Distanciamiento o frialdad.
- Timidez o retraimiento.
- Irritabilidad.
- Inestabilidad de carácter.
- Falta de sinceridad.
- Miedo a preguntar (por no parecer inculto).
- Presunción, engreimiento.
- Despreocupación por los demás.
- Actitud defensiva (la persona que actúa de manera defensiva, aunque presta cierta atención a lo que se está diciendo, gasta una apreciable cantidad de energía en defenderse).
- Incoherencia entre lo que se dice y lo que se hace (entre la comunicación verbal y la no verbal).
- Tradición, resistencia al cambio.
- Egocentrismo.
- Inseguridad personal.

2.4.3. BARRERAS DEBIDAS A LA PROPIA SITUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN.

- Situación de ruido, tumultuosa.
- Presencia de otras personas.
- Normas o estructuras que impiden la comunicación.
- Elección de canales poco apropiados para transmitir el mensaje.
- Elección del momento/lugar poco apropiado para la comunicación.

En cualquier momento o situación consciente o inconscientemente puede surgir una barrera que dificulte la comunicación.

Para ello es necesario establecer unas reglas que pueden ayudar a afrontar estas barreras.

- Propiciar un clima agradable.
- Escuchar y comprender al cliente en sus propios términos
- Ser comprensivo con sus circunstancias, poner en su propio lugar, es decir, ser empáticos
- Evitar las distracciones e interrupciones, ya sean a través del teléfono, por los compañeros de trabajo, por otras personas, etc.
- Escuchar y resumir las ideas esenciales y volverle a repetir lo que él ha expresado.
- Tomar notas y preguntar, si es preciso, lo que él ha dicho, o viceversa.
- Ser flexible.
- Utilizar un lenguaje acorde con el cliente
- Mantener una expresión agradable.
- No mostrar inseguridad.
- Mantener una actitud abierta es decir no estar a la defensiva
- Evitar la burla debida a dificultades y fracasos en la comunicación.
- Fomentar sentimientos de seguridad en el cliente, así como ser tolerante con los sentimientos de los demás.

3. MANTENER UN VERDADERO INTERÉS POR LAS PERSONAS.

Lo más importante es mantener una actitud verdaderamente positiva, asegurándose de que el receptor este escuchando y comprendiendo, y sobre todo, tratando de no solo ser entendido si no de entender. Por esto, es necesario que la comunicación no sea un monólogo, sino que debe establecer un solo diálogo.

Buscar siempre tener una perspectiva desde todos los puntos de vista para formar un juicio más objetivo (empatía).

Capacidad de percibir y responder a las necesidades, emociones y preferencias de los demás ("Sensibilidad Social") promoviendo una sintonía afectiva con las demás personas y generando un ambiente adecuado para la prestación del servicio.

3.1. ANALIZAR LAS ACCIONES A TOMAR EN CUENTA EL BIENESTAR DE LA MAYORÍA.

- Reprender o estar en desacuerdo con la circunstancia y no con la persona.
- Reprende o reclama en privado y felicita en público
- Hablar siempre con franqueza sin ser demasiado duro.
- Sonríe amablemente tantas veces como sea posible.
- Trata a los demás como tú quisieras que te traten ¿Qué espera cuando entra a una oficina? ¿Cuánto tiempo le gustaría esperar?, entre otras preguntas que se debe hacer uno mismo.
- Mire a los ojos cuando alguien le hable
- Atienda lo que le dicen.
- Dar información correcta.
- Ser agradecido, enfocarnos en recordar lo bueno.
- Piense que la otra persona también es un ser humano como usted, con virtudes y defectos y deben aprender a respetar y aceptar. Así como queremos que nos acepten.

3.2. ATRIBUTOS DE RELACIONES HUMANAS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE.

Confianza y seguridad: Ausencia de errores a la hora de prestar el servicio, así como capacidad para transmitir confianza en la información que se suministra garantizando que la atención que se brinde sea segura y exacta

Rapidez: Capacidad de optimizar el tiempo que se tiene establecido para realizar un servicio.

Amabilidad: Es el comportamiento amable, complaciente, afectuoso, educado, cortes que se tiene hacia la ciudadanía.

Competencia: Son conocimientos, habilidades y actitudes personales necesarias, la información, capacitación, la formación necesaria para la realización del servicio.

Credibilidad: Es ser consecuente en lo que se dice y lo que se hace.

Accesibilidad: Facilidad que la Dirección del Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi le brinda al cliente para la utilización de los servicios en el momento que él lo desee.

Comunicación: Se debe informar al cliente con un lenguaje claro y conciso, de forma que lo pueda entender.

Tolerancia: Capacidad que se tiene para comprender al cliente en sus diversas actitudes y comportamiento, manteniendo un clima adecuado para prestar el servicio.

La Dirección del Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi, debe establecer y propiciar el medio necesario para generar un ambiente cálido y adecuado donde la sociedad se sienta a gusto con la administración, propiciando un clima de confianza en la eficacia, eficiencia y profesionalidad de los servicios prestados y la labor realizada.

4. CANALES DE ATENCIÓN AL CLIENTE

La Dirección del Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi dispone de los siguientes medios mediante los cuales el cliente podrá solicitar de los servicios que presta la Dirección del Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi, garantizando que el cliente quede satisfecho.

4.1. ATENCIÓN TELEFÓNICA:

Es un medio donde se receptan las llamadas que la población utiliza para solicitar información, realizar las quejas, reclamos, sugerencias, denuncias, opiniones, etc.

4.2.1. FACTORES PRINCIPALES EN LA ATENCIÓN TELEFÓNICA

EL TONO DE VOZ: Elemento básico en la atención telefónica pues no se cuenta con el contacto visual y es el único medio para proyectar la imagen que se quiere transmitir de la Dirección del Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi, por ello la voz debe tener un timbre agradable estar en la capacidad de adaptarse a los diferentes momentos:

- Inicio de contacto: Tono cálida y amable
- Momento de dar información: reflejar seguridad.
- Momento de duda o queja
- Cuando se llega a dar la información mostrar seguridad
- Cuando el cliente recurre por una duda o queja reclamo: ser persuasivos, contundentes y seguridad en la voz.
- Fin de información: ser concluyente
- Despedida: tono cálida y amable

LA VELOCIDAD: El ritmo de la atención telefónica en general es más lento de lo que sería de forma presencial. Sin embargo lo ideal es adaptar a la velocidad del cliente que habla.

PRONUNCIACIÓN: Es necesario que el servidor público hable con nitidez, con una buena articulación y vocalización para que la población comprenda el mensaje. Se recomienda hablar a unos 3 cm. aproximadamente del auricular.

5. PROCESO DE ATENCIÓN TELEFÓNICO

La atención telefónica se divide en fases:

Contacto inicial

En el contacto inicial, lo más importante es el saludo donde se le da la bienvenida al cliente, y se hace una presentación con actitud de servicio.

El saludo debe ser uniforme, independientemente del servidor que reciba la llamada para darle el carácter de homogéneo al servicio. Se compone básicamente de tres partes:

- Buenos días/tardes/Noches
- Localización: Dirección del Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi
- Se puede añadirla identificación del servidor que recibe la llamada

Desarrollo de la información:

El servidor público después de iniciar el contacto con el cliente, pasa a descubrir que es lo que realmente quiere, que información necesita y por qué se motivó a acudir a la Dirección del Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi.

Para ello es necesario:

Escuchar atentamente, Interpretar sus objeciones, Realizar preguntas:

Otro de los factores importantes en la transmisión eficaz de la información pues el mensaje se debe transmitir de forma clara, precisa y comprensible.

6. TÉCNICAS PARA OBTENER INFORMACIÓN

PREGUNTAS ABIERTAS. Permiten a la población que desarrolle su información con mayor profundidad

PREGUNTAS ALTERNATIVAS.

Permite al interlocutor elegir entre varias respuestas posibles y ayudan a tomar decisiones.

PONERSE EN EL LUGAR DEL CLIENTE

Es importante darle a entender lo que el cliente siente y que él perciba que se le está escuchando. Si señor entiendo su posición.

Comprendo lo que me dice. Tiene usted la razón.

Despedida:

Es el último detalle o percepción que el cliente se lleva de la Dirección del Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi. Por lo tanto, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Usar el nombre del interlocutor (siempre y cuando sea posible)
- Agradecer al interesado (a) por haber recurrido al Ministerio
- Invitarle a que vuelva a contar con la Dirección del Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi, cuando lo necesite.

7. REGLAS PARA TENER EN CUENTA LA ATENCIÓN

- Tomar nota para recordar los puntos importantes.
- Preguntar cuando no esté seguro de haber comprendido lo suficiente.
- No interrumpir al cliente cuando está hablando.
- No sacar conclusiones precipitadas.
- Reformular los hechos importantes.

- Cuando el cliente hable, se debe hacerse entender que se le está escuchando mediante la emisión sonidos o palabras de afirmación

Atención presencial:

Es cuando el cliente recurre personalmente a algunas de las dependencias de la Dirección del Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi a solicitar algunos de los servicios, trámites, realizar petición, una queja o un reclamo entre otras.

7.1. FACTORES IMPORTANTES EN LA ATENCIÓN PRESENCIAL

LA VOZ: La modulación debe adaptarse a las diferentes situaciones.

Para que la información sea comprensible para el cliente, la vocalización debe ser clara para que el mensaje sea entendible.

EL ASPECTO: La presentación personal en muchos casos puede influir en la percepción que tiene la población respecto a la Dirección del Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi.

EXPRESIVIDAD EN EL ROSTRO: Generalmente el rostro es un primer punto en el que el cliente se fija. Por ello es fundamental mirar al cliente, demostrando interés, actitud de escucha y reflejar seguridad en la información que se está dando. Por otro en la expresión de la cara es relevante una sonrisa que no sea falsa ni forzada, pues esto le da un carácter acogedor a la atención que se está brindando.

LA POSTURA: La postura no debe ser rígida ni forzada, debe permitir mantener la columna flexible, cuello y hombros relajados.

Atención Virtual

Con la modernización del estado y la implantación de nuevas tecnologías se hace necesario tener unas pautas en cuanto a la página web ya que es un medio que la

población utiliza para acercarse a la Dirección del Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi y en unos años será el canal más utilizado por toda la sociedad y que como servidores debe difundir a toda la población que es un medio eficiente.

8. MEDICIÓN MEDIANTE INDICADORES DE CALIDAD DEL PROCESO

Si el proceso se realiza de forma correcta, la calidad del servicio se traducirá en la satisfacción del cliente (interno y externo). En este sentido es muy importante la gestión, las quejas y reclamos que tiene como objetivo poder diagnosticar las deficiencias en la calidad de los servicios prestados y lograr la satisfacción del cliente externo.

8.1. MEDICIÓN MEDIANTE INDICADORES DE CALIDAD DEL SERVICIO

Cuantificar las características de la calidad y poder comprobar rápidamente el grado de cumplimiento de los estándares propuestos. Fundamentalmente, es un instrumento de mejora de la calidad con el que también pueden llevar a cabo una medición al final del proceso.

8.2. MEDICIÓN MEDIANTE INDICADORES DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Estos indicadores miden la calidad externa del servicio o satisfacción del cliente (interno y externo). Se puede considerar que es la evaluación más importante y completa ya que se pueden tener en cuenta diferentes aspectos y expresarse de diferentes maneras.

Dentro del proyecto de Evaluación de Calidad de los servicios prestados en la Dirección del Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi, se debe

tener en cuenta la introducción de la voz del cliente interno y externo, a través de la realización de entrevistas presenciales y cuestionarios con el fin de identificar los aspectos que deben ser mejorados.

La encuesta de satisfacción al cliente (cliente externo) se debe implementar con el objeto de identificar las características de los servicios claves para los clientes externos y conocer sus percepciones sobre los servicios que ofrece la Dirección del Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi.

La encuesta de satisfacción del cliente interno servirá de medio para la detección de áreas, debilidad en la calidad de los servicios ofrecidos por la Dirección del Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi y como herramienta para la mejora continua.

9. ESCUCHAR NOS AYUDA A COMUNICAR

Como servidores públicos, la mayor parte de tiempo se debe pasar escuchando al cliente

Se debe hacer que la comunicación se transforme en retroalimentación donde se facilite la acción de retorno para garantizar que el mensaje llegue tal y como es y sea comprendido.

Para ello se recomienda:

- Escuchar activamente.
- Entenderlo como una oportunidad única de aprendizaje donde están conscientes de que el cliente puede aportar grandes cosas.
- Tomar notas.
- Solicitar más información.
- Formular preguntas y reclamar ejemplos prácticos.
- Resumir la información que ha aportado el interlocutor. Ver anexo N.4

Para ello se utiliza la escucha activa donde el saber escuchar se convierte en un elemento primordial en el proceso de la comunicación, pues permite obtener

información útil de la persona que está hablando, además de hacerle sentir que se le está respetando, facilitando el entendimiento y la comprensión.

9.1. Reglas para tener en cuenta:

- Ofreciendo un entorno agradable y libre de interferencias.
- Utilizando un lenguaje adecuado a los conocimientos y al nivel del usuario.

9.2. Proceso de escucha

La mayoría de las personas creen que el proceso de escucha se caracteriza simplemente por escuchar y responder pero este consta de 4 fases:

SENTIR: Se caracteriza por oír y captar expresiones verbales y no verbales. En esta fase se debe tener mucho cuidado al producir inferencias motivadas por lo que al sentir, percibir, por la sensibilidad auditiva y que por último se pueden convertir en distorsiones.

INTERPRETAR: Es la coherencia y consistencia entre lo que se quiere decir y lo que se entiende.

EVALUAR: Fase donde se valora la información que ha recibido, su forma de utilización, y en qué momento tiene la suficiente capacidad para poder responder.

RESPONDER: Es el momento donde se da la información que necesita el interlocutor.

Ventajas de una escucha activa

Entre las ventajas que proporcionan la escucha activa, puede enumerar las siguientes:

- Reduce la tensión.
- Ayuda a comprender a los demás.
- Sirve, como ya hemos dicho, de fuente de aprendizaje. Estimula la cooperación con los demás.
- Aumenta la confianza del interlocutor.
- Proyecta una imagen de inteligencia y respeto en el cliente.

9.3. Técnicas de escucha

Las siguientes técnicas van a ayudar a realizar una verdadera escucha activa:

- Establecer un clima agradable e intentar que el cliente se encuentre a gusto.
- Oírlo en sus propios términos.
- Tener una formación acorde a los contenidos que quiere transmitir.
- Ser comprensivo con sus circunstancias.
- Evitar las distracciones.
- Escuchar y resumir las ideas esenciales.
- Repetir lo que ha dicho.
- Comprender la estructura interna de su mensaje.
- Escuchar como si tuviéramos que realizar un informe.
- Preguntar.
- Tomar notas.

En cualquier momento o situación consciente o inconscientemente puede surgir una barrera que dificulte la comunicación.

Para ello es necesario establecer unas reglas que nos pueden ayudar a afrontar estas barreras.

- Propiciar un clima agradable.
- Escuchar y comprender al cliente en sus propios términos
- Ser comprensivo con sus circunstancias, poner en su propio lugar, es decir, ser empáticos.

- Evitar las distracciones e interrupciones, ya sean a través del teléfono, por los compañeros de trabajo, por otras personas, etc.
- Escuchar y resumir las ideas esenciales y volverle a repetir lo que él ha expresado.
- Tomar notas y preguntar, si es preciso, lo que él ha dicho, o viceversa.
- Ser flexible.
- Utilizar un lenguaje acorde con el cliente
- Mantener una expresión agradable.
- No exponer inseguridad.
- Mantener una actitud abierta es decir no estar a la defensiva.
- Evitar la burla debida a dificultades y fracasos en la comunicación.
- Fomentar sentimientos de seguridad en el cliente, así como ser tolerante con los sentimientos de los demás.

10. HACIA LA BÚSQUEDA DE LA SOLUCIÓN DE LOS CONFLICTOS

Es importante, en toda situación conflictiva, poner en práctica la escucha activa y la empatía.

Entre otros aspectos debe tener en cuenta lo siguiente:

- No se muestre nunca agresivo ni verbalmente, ni con gestos o posturas corporales, sino conciliador.
- Adáptate a la situación concreta. No todos los conflictos se encaran de la misma manera.
- Presta atención a las necesidades de todos.
- Reconoce los valores de los demás tanto como los propios.
- Separa el problema de las personalidades. Sé duro con el problema pero suave con las personas.
- Trázate como objetivo en la búsqueda de la solución: todos deben ganar.

10.1. Algunas definiciones para su consideración

Cliente: Toda persona, natural o jurídica, que requiera de un trámite, la utilización o disfrute de un bien o la prestación de un servicio determinado, para la satisfacción de una o más necesidades.

Servicio: Su aptitud para satisfacer la necesidad o necesidades para las cuales ha sido producido, así como las condiciones bajo las cuales se debe utilizar en orden a la norma y adecuada satisfacción de la necesidad o necesidades para las cuales está destinado.

Trámite: Cualquier solicitud o entrega de información que las personas físicas o morales hacen ante una dependencia o entidad; sea para cumplir una obligación u obtener un beneficio o servicio o, en general, a fin de que se emita una resolución, así como cualquier documento que dichas personas estén obligadas a conservar.

Quejas: Es la expresión de insatisfacción con la conducta o la acción de los servidores públicos o de los particulares que llevan a cabo una función estatal.

Reclamos: Es la expresión de insatisfacción, inconformidad, desagrado o descontento que un cliente pone en conocimiento de la entidad referida a la prestación de un servicio o la deficiente atención en un servicio prestado y relacionada con el cumplimiento de la misión de la Entidad

Sugerencias: Es un consejo o propuesta que formula una persona tercero a la entidad para mejorar, agilizar, la calidad de los servicios, tramite y/o la atención al cliente.

11. VALORES UTILIZADOS EN EL MANUAL DE RELACIONES HUMANAS

VALORES.- los seres humanos rigen la vida en medio de los valores que creen la forma de ser y actuar en la sociedad entre otros valores:

VALORES ESPIRITUALES.- La relación según las creencias con Dios, el universo, el creador o alguna divinidad.

AMOR: El amor es considerado como el conjunto de sentimientos que se manifiesta entre seres capaces de desarrollar inteligencia emocional o emocionalidad. El amor no sólo está circunscrito al género humano sino también a todos aquellos seres que pueda desarrollar vínculos emocionales con otros.

PAZ: La paz es generalmente definida como un estado de tranquilidad o serenidad, como una ausencia de disturbios, agitación o conflictos. Al igual que la paz entre amigos, compañeros de trabajo o más personal, entre parejas es importante para el buen funcionamiento de sus interrelaciones o relaciones entre sí.

AYUDA: Para que una sociedad o grupo funcione bien, requiere, en determinado momento, de la ayuda de sus partes para que puedan funcionar como una maquinaria puesta a tono. Pequeños empresarios que requieren de ayudas bancarias para poder subsistir; o compañeros de clase que se ayudan en el estudio de materias escolares, etc.

HUMILDAD: La humildad es una calidad o característica humana que es atribuida a toda persona que se considere un ser pequeño e insignificante frente a lo trascendente de su existencia o a Dios según si se habla en términos teológicos.

VALORES MORALES.- Honradez, honestidad, ética, franqueza, fidelidad, etc.

HONRADEZ: Por honradez se refiere a la cualidad con la cual se designa a aquella persona que es original, tanto en su obrar como en su manera de pensar, como justa, recta e íntegra. Quien obra con honradez se caracterizará por la rectitud de ánimo, integridad con la cual procede en todo en lo que actúa, respetando por sobre todas las cosas las normas que se considera como correcta y adecuada en la comunidad en la cual vive.

HONESTIDAD: La honestidad es una cualidad humana consistente en comportarse y expresarse con coherencia y sinceridad, y de acuerdo con los valores de verdad y justicia. En su sentido más evidente, la honestidad puede entender como el simple respeto a la verdad en relación con el mundo, los hechos y las personas; en otros sentidos, la honestidad también implica la relación entre el sujeto y los demás, y del sujeto consigo mismo.

ÉTICA: La ética estudia qué es lo moral, cómo se justifica racionalmente un sistema moral, y cómo se ha de aplicar posteriormente a los distintos ámbitos de la vida personal y social. En la vida cotidiana constituye una reflexión sobre el hecho moral, busca las razones que justifican la utilización de un sistema moral u otro.

FRANQUEZA: actitud de alguien que expresa lo que piensa de manera clara y sincera.

FIDELIDAD: Fidelidad es lealtad. Una persona fiel o leal es aquella que se mantiene constante en sus afectos o en el cumplimiento de sus obligaciones o en la fe que uno debe a otro. Fiel es aquél que no defrauda la confianza que se deposita en él. La fidelidad limita con la gratitud, la persona leal ha recibido un bien de otro y no olvida.

VALORES INTELECTUALES.- El aprendizaje sea académico o empírico.

CURIOSIDAD: Es la capacidad de maravillarse ante la realidad. Es la base de la motivación para aprender, la fuerza para el aprendizaje radica en la búsqueda de respuestas a preguntas previas. Quien mira la vida, la sociedad y a la naturaleza como fuente de saber y de enseñanza, tendrá la fuerza para mantener el esfuerzo en la investigación, el estudio y el proceso de aprender.

INTERÉS POR EL CONOCIMIENTO: Disposición positiva para observar, describir, clasificar, comparar y cuantificar los fenómenos y objetivos como medio para comprender mejor el mundo que nos rodea. Interés por la adquisición y retención de ideas y datos acerca de nosotros y el mundo que nos rodea.

COMPRENSIÓN: Facultad para entender los elementos que constituyen un fenómeno y al fenómeno en sí, usando la inteligencia como medio y apoyándose en conocimientos adquiridos previamente.

CAPACIDAD DE EXPRESIÓN: Habilidad para comunicarse a partir de la estimulación y desarrollo de las distintas maneras de expresión (lenguaje hablado, corporal, estético, escrito, etcétera.)

CULTURA: Lo que se adquiere al cultivar conocimientos acerca del conjunto de ideas, habilidades y costumbres, que ha producido un grupo humano y transmitido de generación en generación. Lo que conlleva a un sistema de creencias y tradiciones, así como un sistema de valores y acciones.

CRITICIDAD: Capacidad y altitud analítica ante las circunstancias acontecimientos e información recibida, juzgando cuidadosamente todos los elementos contenidos y adoptando una disposición reflexiva, bien intencionada pero no ingenua.

INTELIGENCIA: Capacidad para encontrar relación entre las cosas con el fin de solucionar problemas sin crear otros. Capacidad para entender y relacionar tanto a las partes entre sí como a las partes con el todo y actuar en oportunidad con ello.

CONOCIMIENTO DE LA VERDAD: poseer información acerca de la correspondencia que debe haber entre los juicios o pensamientos y los sucesos y los objetivos reales y existentes en la naturaleza.

VALORES CULTURALES.- Nuestra identidad social, el respeto al pasado, nuestros símbolos y costumbres.

Con el pasar del tiempo muchas personas se olvidan de sus creencias, costumbres y tradiciones y adoptan posiciones de las personas de afuera, se dejan influenciar muchas veces, por vergüenza se olvidan de sus valores culturales, por ello, es necesario que cada uno de nosotros valoremos lo que somos y nos sintamos orgullosos de la raza y nacionalidad que poseemos.

La práctica cultural corriente de cada sociedad hace que el abuso sea más o menos posible. Los valores culturales pueden actuar de alguna manera como barrera contenedora o como estímulo facilitador del maltrato. Hay sociedades en las cuales el castigo físico es muy mal tolerado, por lo que hay como una vigilancia natural de toda la sociedad en su conjunto.

VALORES SOCIALES.- La relación con el prójimo y el respeto con toda la sociedad. Los valores sociales son el componente principal para mantener buenas y armoniosas relaciones sociales. Además les podemos mencionar el respeto, igualdad, fraternidad, solidaridad, dignidad, cooperación, libertad, responsabilidad.

Son hechos sociales que se producen en el entorno. Existe una intercomunicación entre cada uno de los valores antes enunciados. Son complejas y a veces existen discrepancias. Estos principios son fundamentales en las relaciones humanas entre los individuos, organizaciones y entre los países. La buena práctica de los valores sociales cultivan las actuaciones positivas de las personas, importantes si lo aplicamos desde la niñez.

Por medio de la paz logran buenas relaciones sociales. El respeto es la expresión de consideración que se hace a terceros y así mismo. La igualdad es sinónimo de equidad, todos tienen los mismos derechos. La fraternidad es la acción noble que promueve la unión entre los integrantes de una organización. A través de la solidaridad expresan el apoyo a una causa. La dignidad es el respeto que deben tener al comportarse. La cooperación es la asistencia que ofrecen de manera desinteresada. Cuando el comportamiento es correcto existe la honestidad.

La libertad es el valor más apreciable ya que es la forma de expresar por voluntad propia los actos, no sentir presión u obligación por nada ni por nadie. Responsabilidad es responder a los actos. Por medio del amor expresan el afecto personal y buena voluntad. La sinceridad es la expresión de veracidad.

A través del tiempo y en diferentes escenarios para garantizar la conveniencia en la sociedad de manera pacífica los valores sociales se utilizan para la promoción de acuerdos, documentos y el establecimiento de convenios, entre otros.

VALORES ECONÓMICOS.- Los valores económicos no existen aisladamente. Éstos valores proporcionan solamente una perspectiva económica del valor de los bienes y servicios asociados con una o una serie de actividades. Éstos se atribuyen a los insumos y a los productos de los procesos productivos o de transformación. Por lo tanto, el primer paso fundamental es identificar los insumos y productos asociados con el cambio propuesto, que el encargado de tomar las decisiones está analizando.

VALORES SOCIOLOGICOS.- Relaciona los principios de la sociedad a través de normas, costumbres.

VALORES TECNOLÓGICOS.- Medios utilizados para satisfacer la sociedad.

12. TIPOS DE PERSONAS

El hombre está basado en su: temperamento, carácter e inteligencia.

El carácter.- Esta constituido de hábitos, actitudes, ideales, preferencias y voluntad.

Temperamento.- Son las relaciones biosíquicas del individuo frente a los diferentes estímulos exteriores e interiores.

Sanguíneo.-Persona que influya los fracasos y penalidades.

Colérico.- De ira fácilmente, dominante, violento agresivo.

Melancólico.- Persona acosada, que predomina dudas indeciso e inseguro.

Flemático.- Indiferente siente extrañeza de la vida.

El Reformador.- Idealista, de principios, éticos, concienzudos, bien/mal. Profesores y cruzados; también quieren hacer el bien pero temen cometer errores. Organizado, ordenado y fastidioso, derivan en críticos y perfeccionistas. Problemas con la ira reprimida e impaciencia. En su mejor estado: sabios, realistas nobles y moralmente heroicos.

El Ayudador.- Preocupado, interpersonal, empático, sincero, cálido. Amistoso, generoso y sacrificado; también pueden ser sentimental, halagador y complaciente. Les gusta estar cerca de otros y hacer cosas por otros para ser necesitados. Problemas con hacerse cargo de ellos mismos y reconocer sus propias necesidades. En su mejor estado: generosos y altruistas y tienen amor incondicional por ellos mismos y otros.

El Triunfador.- Adaptable y orientado al éxito. Seguros de sí mismos, atractivo y encantador, ambicioso, competente y energético; conscientes del status y buscan avance personal. Preocupados de la imagen y lo que los demás piensen de ellos. Problemas con competitividad y trabajólicos. En su mejor estado: Auténticos, se aceptan y son todo lo que parecen ser. Modelos que inspiran a otros.

El Individualista.- Romántico, introspectivo. Conscientes de sí mismos, sensibles, reservados y callados. Se muestran, emocionalmente honestos, y personales; también pueden ser temperamentales y egocéntricos. No se acercan a otros por sentirse vulnerables y defectuosos, puede mirar en menos estilos de vidas comunes. Problemas con autoindulgentes y pena de sí mismos. En su mejor estado: inspirados y altamente creativos, capaces de renovarse a sí mismos y transformar sus experiencias.

El Investigador.- Intenso, cerebral, alertas, profundos y curiosos. Capacidad de concentración y foco en el desarrollo de ideas y destrezas complejas. Independientes e innovadores; pueden volverse preocupados con sus pensamientos y construcciones imaginarias. Se vuelven desconectados, pero intensos. Problemas con aislamiento, excentricidad y duda. En su mejor estado: Pioneros visionarios, adelantados a su tiempo y capaz de ver el mundo de una forma completamente distinta.

El Leal.- Comprometido, orientado a la seguridad. Confiables, trabajadores y responsables; pueden ponerse a la defensiva, evasivos y altamente ansiosos, estresándose y quejándose. Usualmente precavidos e indecisos, puede ser reactivo, desafiante y rebelde. Problemas con duda y sospecha. En su mejor estado: estables internamente, confiados en sí mismos, apoyador de los débiles y sin poder.

El Entusiasta.- Ocupado, productivo. Versátiles, optimistas y espontáneos. Juguetones, espíritu en alto y prácticos; puede abarcar mucho, dispersos y poco disciplinado, pero se distraen y cansan en el camino. Problemas con

superficialidad e impulsividad. En su mejor estado: Usa el talento en metas que valen la pena, disfrutan, satisfechos, llenos de gratitud.

El Desafiador.- Poderoso, dominante. Confiados en sí mismos, fuertes y asertivos. Protectores, llenos de recursos y decididos; pueden ser orgullosos y dominantes. Sienten que deben controlar el entorno, tornándose confrontacionales e intimidantes. Problemas con permitirse estar cerca de otros. En su mejor estado: usan su fuerza para mejorar las vidas de otros, son heroicos, magnánimos y a veces históricamente grandes.

El Pacificador.- Aceptador, inconsciente de sí. Aceptadores, confiados y estables. De buena naturaleza, buenos, fáciles y apoyadores; pueden estar demasiado dispuestos a seguir la corriente a otros para mantener la paz. Quieren que nada implique conflicto pero tiende a ser complacientes y minimizar todo aquello que lo altere. Problemas con pasividad. En su mejor estado: intensamente vivos y conectados con ellos mismos y otros.

CONCLUSIONES

- Luego de haber realizado la investigación en el Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi, relacionado a Elaborar un Manual de Relaciones Humanas para mejorar la atención al cliente se concluye lo siguiente:
- Podemos manifestar que un manual será una guía para el usuario, ya que en la misma facilitará el desarrollo de sus actividades diarias, de ahí que se convertirá en un instrumento básico para mejorar la atención al cliente.
- El desarrollo profesional es un proceso de aprendizaje que implica las relaciones humanas, la adquisición de nuevas habilidades, conceptos e inquietudes a fin de que la calidad de esta información puede tener una gran influencia con los funcionarios y una actitud ante el trabajo que desempeña.
- El éxito de la Institución, depende en definitiva, de que cuente con las personas adecuadas y que realicen el trabajo a ellas encomendadas con conocimientos correctos. Sus objetivos y estrategias al respecto, solo tiene sentido cuando disponen de personas con las capacidades para alcanzar su misión, y en el futuro la visión.

RECOMENDACIONES

- Se hace necesario el Manual de Relaciones Humanas, que permitirá al MIES-X, contar siempre con el personal altamente capacitado y actualizado, capaz de responder positivamente a los cambios e innovaciones en un ambiente pluralista.
- Dar a conocer a todos los departamentos del MIES-X, para su aplicación con el fin de proporcionar una mejor atención tanto al usuario interno como externo.
- Capacitar continuamente a los empleados, mediante talleres, cursos de capacitación, charlas, etc., para que estén acorde a los avances de la tecnología y preparados para brindar al cliente un trato justo y amable.
- Así mismo, se sugiere implementar políticas de motivación e incentivos hacia los empleados, pues un empleado a gusto aumenta su productividad al máximo.
- Para finalizar, se recomienda el uso del Manual de Relaciones Humanas para que permitan mejorar la atención al usuario en sus actividades encomendadas de una manera óptima.

BIBLIOGRAFÍA CITADAS

- **BONTA** Patricio y **FARBER** Mario, servicio al cliente 2da edición actualizada edición trillas 1999 Pág.12-14.
- **FAYOL** Henry Administración Básica (1841-1925). Pág.
- **KELLOW**, Gram Manual de procedimientos 2007 Pág.27
- **OREJUELA ESCOBAR** Eduardo Psicología Social 1era edición.
- Profesor Sam Black edición gestión 2002 Pág. 253-259
- **REYES PONCE**, Agustín Administración Moderna 1era edición editorial mexicana 1992 Pág.16 a la 28

BIBLIOGRAFÍAS CONSULTADAS

- **BERRY** Tomas H. como gerencial la transformación hacia la calidad total, tomo tres, editorial Nomos S.A.
- **MARTINEZ ESTRADA** Alejandro, nueva edición 2001 Maya ediciones CLTDA.
- **REINOSO SIFUENTES** Víctor, proceso administrativo y su aplicación en la empresa, edición Quito, 12 de Octubre 1983.
- **VALLEJO** Jorge, decima sexta edición 1988.
- **VIERA**, Lupe, Cursos Secretariado Integral, Manual del participante, Contraloría General del Estado- Dirección de Capacitación año 2007 pág. 17-18-19.
- **VINUESA** Rómulo, valores humanos, superación personal, sexta edición septiembre 2007 edición auspiciada por exi-total ediciones.

CONSULTAS ELECTRÓNICAS:

- <http://www.lasrelacioneshumanas> Fecha de consulta 06-12- 2010; 2pm
- www.idealista.com, Fecha de consulta: 02-01- 2011; 16:35 p.m
- <http://www.gestiondeventas.com/> Fecha de consulta:06-01- 2011; 19:10 p.m
- www.gestiopolis.com; Fecha de consulta: 07-01- 2011; 09:12 a.m
- <http://www.promonegocios.net/clientes/tipos-clientes.html>; Fecha de consulta: 09-05- 2011; 19:05 p.m
- <http://eneagramaycoaching.bligoo.com/content/view/502119/Los-9-Tipos-de-Personalidad.html>; Fecha de consulta: 09-05- 2011; 18:45 p.m

AMENOS

ANEXO N. 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO DEL MINISTERIO DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL DE COTOPAXI.

OBJETIVO: Conocer la problemática en cuanto se refiere a las relaciones humanas en el Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi.

INSTRUCCIÓN: Estimado Sr.(a)(ta), el propósito de este instrumento es recopilar información acerca de las relaciones humanas. Se ruega responder de la forma más veraz y honesta, marcando con una X en la alternativa que usted considere pertinente. La información recogida servirá para diseñar un manual de Relaciones Humanas que permitan mejorar la calidad de servicio tanto a los usuarios internos como externos.

CUESTIONARIO

1. ¿Existe un manual de relaciones humanas para mejorar la atención al cliente en el MIES?

- ☐ Sí
☐ No
☐ No sé

2. ¿La aplicación del manual de relaciones humanas permitirá fortalecer y mejorar la atención al cliente?

- ☐ Bastante
☐ Poco
☐ Nada

3. ¿Las relaciones humanas internas en la institución son excelentes?

- ☐ Siempre
☐ A Veces
☐ Nunca

4. ¿Considera que se optimizará el servicio al cliente al implementar el Manual de Relaciones Humanas?

- ☐ Sí
☐ No
☐ No sé

5. ¿Cree usted que de su servicio depende la mejor relación con la sociedad?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No sé

6. ¿En la institución les dan charlas sobre Relaciones Humanas?

- ☐ Permanente
- ☐ Rara vez
- ☐ Nunca
- ☐

7. ¿Tienes conocimiento de lo que es trabajar en equipo?

- ☐ Bastante
- ☐ Poco
- ☐ Nada

8. ¿Considera tratar al cliente por su nombre?

- ☐ Sí
- ☐ Tal vez
- ☐ No

ANEXO N.2
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

ENCUESTA DIRIGIDA LOS USUARIOS QUE INGRESA AL MINISTERIO
DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL DE COTOPAXI.

OBJETIVO: Conocer la problemática en cuanto se refiere a las relaciones humanas en el Ministerio de Inclusión Económica y Social de Cotopaxi.

INSTRUCCIÓN: Estimado Sr.(a)(ta), el propósito de este instrumento es recopilar información acerca de las relaciones humanas. Se ruega responder de la forma más veraz y honesta, marcando con una X en la alternativa que usted considere pertinente. La información recogida servirá para diseñar un manual de Relaciones Humanas que permitan mejorar la calidad de servicio tanto a los usuarios internos como externos.

CUESTIONARIO

1. La atención al cliente por parte del MIES es;

- ☐ Excelente
- ☐ Muy Buena
- ☐ Buena
- ☐ Regular

2. ¿Cree usted que debe existir preferencias con el público en la atención?

- ☐ Si
- ☐ No
- ☐ No sé

3. ¿Considera usted que es importante el cambio en la atención del servicio al cliente?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No sé

4. ¿Cree conveniente implantar un buzón de sugerencias en la institución?

- ☐ Sí
- ☐ Tal vez
- ☐ No

5. ¿Estima usted que es beneficioso un manual de relaciones humanas que permita una mejor atención tanto a los usuarios internos como externos?

- ☐ Si
- ☐ No
- ☐ No sé

6. ¿Cuándo ingresa a una Institución le gusta que le traten con educación y cultura?

- ☐ Bastante
- ☐ Poco
- ☐ Nada

7. ¿Le tratan con cortesía y respeto en la institución?

- ☐ Bastante
- ☐ Poco
- ☐ Nada

8. ¿Le satisfacen sus necesidades solicitadas en la Institución?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez

ANEXO N.3

RECIBIENDO DOCUMENTOS EN EL LIBRO DE REGISTRO



ANEXO N. 4

ATENCIÓN AL CLIENTE

